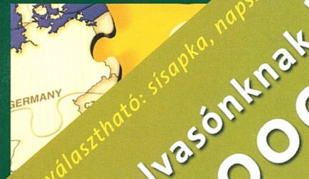
VIII. ÉVFOLYAM 11. SZÁM 2003. NOVEMBER Ára: 548 Ft

internet kalauz

Szabadon választható: sísapka, napszemüveg, könyv, CD stb.
Minden olvasónknak ajándék
2 000 000 Ft összértékben!
A részleteket lásd a 67. oldalon!



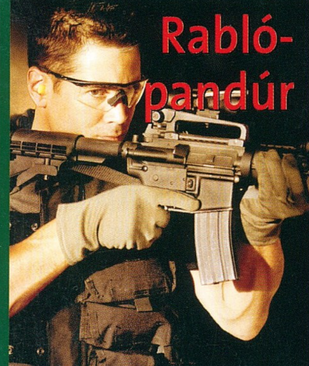

...tikai ...tetések



Az újabb típusú kéretlen levelek



Az adat évtizede következik



Rabló-pandúr



Egészséges netfüggő vagyok...

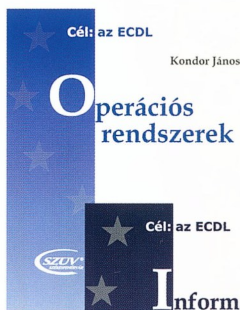


Tanuljon önállóan!

Cél: az ECDL

Az ECDL hivatalos tankönyvsorozata

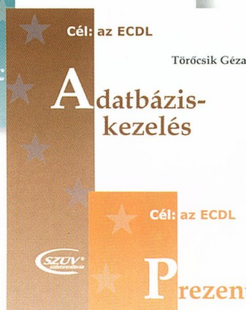
A könyvsorozatot ajánljuk mindazoknak, akik a kezdeti lépésektől **önállóan** szeretnének eljutni az Európai Számítógép-használói Jogosítvány megszerzéséig.













A könyvek megrendelhetők:
SZÜV Rt. Területi Igazgatóság
8002 Székesfehérvár,
Gyümölcs u. 38.
Tel.: (22) 316-330
Fax: (22) 312-654
info@szfv.szuv.hu

www.celazecdl.hu



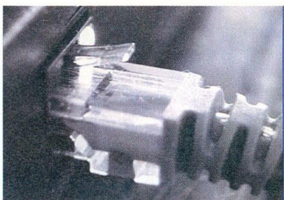
Kétrészes sorozatunkban a kéretlen levelek természetrajzát vázoljuk fel. Az elmúlt hónapban az ún. „nigériai levél" volt a főszereplő, most pedig az újabb típusú spamekre hívjuk fel a figyelmet.

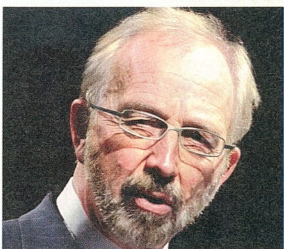


Lapzártánkkor ért véget Tihanyban a legrangosabb magyar internetkonferencia, az Internet Hungary kétnapos programja.

Az Internet Kalauz 11. számának tartalma



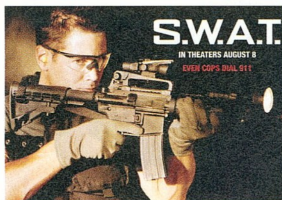




28.

2003-ban ünnepeljük az első digitális számítógép megalkotója, Neumann János születésének 100. évfordulóját.









Alapítva: 1996

ALAPÍTÓ FŐSZERKESZTŐ:
Vértes János Andor

KIADJA:
Prím Kft.
1118 Budapest, Ugron Gábor u. 35.
Telefon: (36-1)248-3230
E-mail: ikalauz@prim.hu
URL: http://prim.hu, http://www.prim.hu/ikalauz

FELELŐS KIADÓ:
Szabó Hédy (hszabo@prim.hu)

OLVASÓSZERKESZTŐ:
Fábián Gábor (gfabian@prim.hu)

GRAFIKAI TERV:
Láng László (llang@prim.hu)

TÖRDELŐSZERKESZTŐ:
Henger Attila (ahenger@prim.hu)

Ára: 548 Ft
Előfizetési díj egy évre: 5472 Ft

Megrendelhető a Kiadónál, e-mailben (ekiss@prim.hu), levélben vagy faxon, továbbá a prim.hu weboldalról kiindulva a megrendelőlap kitöltésével, valamint a Magyar Posta Rt. ÜLK ügyfélszolgálati irodáiban és vidéken a postahivatalokban.

Hirdetéstarifák: megtalálható a prim.hu legalsó soráról elindulva.

Hirdetésfelvétel: a Kiadóban

Hirdetési vezető:
Henger Ágnes
Tel.: 06-20-9343-077; 06-30-9840-221
henger@prim.hu

Nyomdai előkészítés: Artur Repro Stúdió

Nyomás:
Veszprémi Nyomda Rt.
8200 Veszprém, Őrház utca 38.
Tel.: 06-88-591-630

Terjeszti: LAPKER Rt., Magyar Posta Rt. ÜLK

HU ISSN 1219-9001



A Prím a Magyar Terjesztés-Ellenőrző Szövetség tagja, az Internet Kalauz példányszámát a MATESZ auditálja.
A magazint rendszeresen szemlézi az
»OBSERVER«
Budapest Médiafigyelő Kft.


Informatikai és Hírközlési Minisztérium

Készült az Informatikai és Hírközlési Minisztérium támogatásával.

Az intimitás alkonya

Vajon mit szólna a Kedves Olvasó, ha az internetet böngészve egy mókás képet találna, amelyen valaki éppen a sliccével vagy a harisnyanadrágjával bajlódik egy nyilvános vécében? Vagy mondjuk egy csinos nő éppen melltartót próbál gyanútlanul a próbafülkében? Írna az oldal fenntartójának, és követelné, hogy vegyék le a képet? Nem hiszem. Kinek van erre energiája?! Meg az ilyen e-mailekre nem is szokás válaszolni.

És mit szólna a Kedves Olvasó, ha ez a sliccét gombolgató úriember vagy a harisnyájával, melltartójával viaskodó hölgy Ön lenne? Írna az oldal fenntartójának, és követelné, hogy vegyék le a képet? Nem hiszem. Kinek van erre energiája?! Meg az ilyen e-mailekre nem is szokás válaszolni.

Bele fogunk törődni, hogy ellophatják az arcunkat, a testünket, az intimitásunkat, és mi leszünk a „funny pic" vagy a „szexy shot". Lehet majd szavazni, hogy „cool"-ok vagyunk-e, vagy „weak"-ek, esetleg „medium"-ok.

Pedig a dolog olyan ártatlanul indult. Néztük a tévéreklámokat, ahol szerelmes párok küldözgettek puszikat egymásnak MMS-ben. És elhittük: mi másra is volna jó a kamerás mobiltelefon és az MMS?

Úgy véltük, ha a valóságshow-kat egy gombnyomással kikapcsolhatjuk az életünkből, ha a bulvársajtó paparazzifotóit csak a villamoson látjuk mások újságjaiban, ha a pornósiteokba csupán véletlen címelgépeléssel ütközünk bele, akkor biztonságban vagyunk. Ki gondolt arra, hogy az elkerülhetetlen fejlődés mobilkamerával felfegyverzett önkéntes paparazzikkal, voyeurökkel és a személyiségi jogok iránt érzéketlen, fotózni vágyó vicces emberek hadával árasztja el az utcákat, uszodákat, könyvtárakat, áruházi öltözőket, munkahelyi vécéket, nőgyógyászati rendelőket stb.? Ázsiában már 80 millió, az USA-ban 5 millió mobilkamera van forgalomban, s Európában a telefonok 13%-a képes felvételt készíteni. Az egyik mobilszolgáltató website-ján némi gúnyos felhanggal olvasható az a hír, hogy Dubai sejkségben egy férfit börtönbüntetésre ítéltek, mert titokban lefényképezett hat nőt – a hírre Szaúd-Arábiában betiltották a kamerával felszerelt mobiltelefonokat. Más országokban, Japánban, Szingapúrban, Kínában és Írországban kezdik a mobilkamerákat kitiltani a középületekből, uszodákból, edzőtermekből. Illene együtt kacagnunk a mobilcéggel, hogy micsoda vaskalaposok a Közel-Keleten, de valahogy nekem rekedtre sikerül a nevetés.



Csupán apró kis technikai újítás az egész – csakhogy megint szűkebbre szabták vele személyes életterünket. Mostantól mindenki fotótéma, „a mókás ismeretlen férfi" vagy „a megkívánt asszony", esetleg csak egy jó fenék, egy jó mell. Mostantól már nem lehet parkokban csókolózni, óvatlanul bugyit igazgatni, orrot piszkálni.

Régen a bennszülöttek nem engedték, hogy fényképezzék őket, mert szerintük a kép az ő részük, s akinek ellopják a képét, az a hitük szerint meghal. Mi már nem hihetünk abban, hogy az arcunk a miénk, csupán kinagyítható képrészlet vagyunk a nagy masszában.

A mobiltelefon-gyártók persze ímmel-ámmal védekeznek. Azt mondják, a legtöbb készülék szándékosan fény- vagy hangjelzést ad, amikor a kép elkészült.

Na jó, így mindjárt más. Én máris megnyugodtam.

SZENDI GÁBOR

A spam (II.)

Az újabb típusú kéretlen levelek

Kétrészes sorozatunkban a kéretlen levelek természetrajzát vázoljuk fel. Az elmúlt hónapban az ún. „ nigériai levél" volt a főszereplő, most pedig az újabb típusú spamekre hívjuk fel a figyelmet.

PAPP GÉZA

{ Az újabb típusok megismerése előtt érdemes tanulmányozni a CERT-től származó alábbi idézeteket:

„Megfigyelhetjük, hogy az SMTP-beszélgetés elején a két partner kölcsönösen bemutatkozik. Tudnunk kell azonban, hogy a hívó domainneve valótlan is lehet. Ezért a – különösen a spam ellen felvértezett – levelezőszerverek nem a bemutatkozó nevének, hanem az IP-címe alapján kapott névnek hisznek."

„Figyeljük meg a »Mail From:« és az »Rcpt To:« protokollelemet, amely az elektronikus boríték »feladója«, illetve »címzettje«. Az SMTP-szabvány megengedi, hogy az »Rcpt To:« ne csak olyan címet tartalmazzon, amely a felhívott levelezőgép domainjébe tartozik, hanem tetszőleges lehet."

„A hívott levelezőgép azután a saját konfigurációjának megfelelően továbbítja az ilyen címekre a levelet. Fontos tulajdonsága még az »Rcpt To:« elemnek, hogy elvben akárhány lehet belőle. Ezekkel a tulajdonságokkal élnek vissza a spamküldők."

„Legtöbbször nem a saját gépeiket használják a levelek szétküldésére, hanem ugródeszkaként óvatlan rendszergazdák által karbantartott gépeket használnak, amelyek a spamáradat előtti időknek megfelelően vannak konfigurálva, és nyílt levelezési átjáróként (open mail relay) hajlandók működni."

„Az ilyen nyílt relék ön- és közveszélyes eszközök: a spamküldők teljesen lebéníthatják a levelezőszerver, valamint a környező hálózat működését, és a szerveren keresztül más gépek és felhasználók ezreit bombázzák küldeményeikkel."

„A borítékon szereplő feladó, a »Mail From:« elem rendszerint nem látszik a címzett levelezőprogramjából. Az már csak az SMTP-beszélgetésben a Data elemmel továbbított részt, magát a levelet mutatja a felhasználónak. Ez két fő egységből áll: fejből és törzsből. A kettőt egy üres sor választja el. A fejrész szerkezetét az RFC822 szabvány írja le."

Az előbb idézett szempontok szerint érdemes tanulmányozni a levélfejrészt. Jól látható, amikor a spamszűrőt semlegesíti a feladó:

```
Received: from adsl-216-100-228-209.dsl.snfc21.pacbell.net (msn.com)
[216.100.228.209]
by torogzultan.tolna.net with smtp (Exim 3.35 #1 (Debian))
for <pappgeza@tolna.net>
id 18uMTv-00013L-00; Sun, 16 Mar 2003 01:58:37 +0100
Message-ID: <9cbd5bee6fee$08ecd8d4$bbb6b987@knuaue.q>
From: <getitnowmbsq@msn.com>
To: pappgeza@tolna.net
Subject: make it thicker - 100% natural
Date: Sun, 16 Mar 2003 03:43:25 -0900
MIME-Version: 1.0
Content-Type: multipart/alternative;
boundary="——=_NextPart_5F2_6022_1F11BB50.20D094C5"5"
X-Priority: 3
X-MSMail-Priority: Normal
X-Mailer: Microsoft Outlook Express 6.00.2600.0000
X-RBL-Warning: (list.dsbl.org) http://dsbl.org/listing?ip=216.100.228.209
X-RBL-Warning: (bl.spamcop.net) Blocked - see
http://spamcop.net/bl.shtml?216.100.228.209
X-RBL-Warning: (relays.osirusoft.com) (2003/03/10) Open Proxy: http(8080)
X-Scanner: exiscan *18uMTv-00013L-00*hDVIOjZxGPU*
http://duncanthrax.net/exiscan/
X-Spam-Alert: spam@tolna.net
X-UIDL: I8S"!;&j"!IQ'!!N,/!!
———=_NextPart_5F2_6022_1F11BB50.20D094C54C5

Content-Type: text/plain;
charset="iso-8859-1"
Content-Transfer-Encoding: 8bit

———=_NextPart_5F2_6022_1F11BB50.20D094C54C5
Content-Type: text/html;
charset="iso-8859-1"
```

Content-Transfer-Encoding: base64
PGh0bWw+DQo8Ym9keSB0ZXh0PSIjMDAwMDAwIiliBsaW5rPSIjRkYwM....
hMC02NThZR2dkMTY2NlVsNjk8L2ZvbnQ+DQo8L2JvZHk+DQo8L2h0bWw+
——=_NextPart_5F2_6022_1F11BB50.20D094C54C5—

Szöveg:

Tegye boldoggá szeretőjét!
Legyen férfiassága nagyobb, jobb, mint bármikor volt!

A „csomagja" általánosságban nagyobb lesz. Hosszabb, szélesebb, vastagabb, mint bármikor volt. Az eredményeinket most még tudományosan nem tudjuk bizonyítani, a vizsgálatok folyamatban vannak, de nincs jobb bizonyíték annál, amit lát. Nézze meg a képeket!
Nyugtalankodott a korai magömlés miatt? Már nem probléma. Érdekelte, zavarta, hogy nem lesz merevedése, vagy az, hogy rövid ideig fog tartani? Többé ne aggódjon! A termékünket hivatalosan tesztelik, de a gyakorlat azt mutatja, hogy megoldást jelent minden férfi bármilyen elképzelhető közösülési vagy hímvesszőproblémájára. Látogassa meg lapunkat, ahol láthatja, hogy ajánlatunk nem csupán reklám!

Ez volt az egyik új, érdekes kéretlenlevél-típus. Bekapcsolva az összes védelmet a gépemen, pironkodva bár, de megnéztem a lapok. És az alját olvasva ért a legnagyobb meglepetés: „Ellene vagyunk a spamnek, a forrásunk hiteles, ellenőrizze!" Ellenőriztem volna, csak épp a forrás hiányzott...

Mindez humorosnak tűnik, de egyre több ehhez hasonló, esetleg másról szóló levelet kapunk. Az a közös bennük, hogy egészségügyi szolgáltatást ajánlanak. Ez lehet csodavitamin, kebel- vagy éppen hajnövesztő. Veszélyük abban rejlik, ha valaki komolyan veszi őket.

Semmit ne rendeljünk, semmiben ne bízzunk! A levelek ellenőrizhetők forráskövetéssel vagy egyszerűen a javasolt honlapok óvatos megnézésével. Ezt akkor is tegyük meg, ha egy általunk ismert cég tette az ajánlatot. Ha megrendelünk valamit, és használjuk, a következmények kiszámíthatatlanok, amelyek azonban már nem a nem létező céget, hanem a vásárlót terhelik.

Szokatlan módon megjelentek, és elszaporodtak a „No mail!" levelek. Ezek célja csak és kizárólag a hálózat terhelése, a levelet kapó bosszantása, költségeinek növelése lehet. Feladója ismeretlen, általában valamelyik ingyenes mailszolgáltatótól érkezik – tehát ellenőrizhetetlen, követhetetlen. Jellemzője a sok címzett – furcsa módon mindig szerepel közöttük a support@szolgáltató – és a szöveg hiánya: helyette No mail! felirat olvasható.

A levelek HTM formátumúak, de semmilyen képet, ábrát nem tartalmaznak. A bal felső sarokban mindig utal egy jelzés az ismeretlen küldőre. Figyelmesen megnézve itt is látható, hogy a spamszűrőt hogyan csapja be:

1.)
Received: from (yahoo.com) [202.107.52.187]
by torogzultan.tolna.net with smtp (Exim 3.35 #1 (Debian))
for (multiple recipients)
id 18uUxt-0000Ek-00; Sun, 16 Mar 2003 11:02:02 +0100
Message-ID: 00011 0d0bc05$dcc88256$66353658@kcdrxct.ovh
From: <donald_gootomr@yahoo.com>
To: intrex@tolna.net, jerlich@tolna.net, khjudit@tolna.net, krz@tolna.net, legato@tolna.net,
<medizon@tolna.net>, <mirold@tolna.net>, <pappgeza@tolna.net>,
<pithe@tolna.net>
, <ramoda@tolna.net>,
<support@tolna.net>, <szabozs@tolna.net>, <szep@tolna.net>, <tarr@tolna.net>
Subject: mortgage lowest since 1970 247 5981Y-5
Date: Sun, 16 Mar 2003 18:58:03 -0900
MIME-Version: 1.0
Content-Type: multipart/mixed;
boundary="——=_NextPart_000_00E0_33C78D6B.B1762A02"2"
X-Priority: 3
X-Mailer: Microsoft Outlook Express 5.50.4522.1200
Importance: Normal
X-RBL-Warning: (list.dsbl.org) http://dsbl.org/listing?ip=202.107.52.187
X-RBL-Warning: (bl.spamcop.net) Blocked - see
http://spamcop.net/bl.shtml?202.107.52.187
X-RBL-Warning: (relays.osirusoft.com) (2003/03/12) Open Proxy: http(3128)
X-Scanner: exiscan *18uUxt-0000Ek-00*OU.oU.NaDNk*
http://duncanthrax.net/exiscan/
X-Spam-Alert: spam@tolna.net
X-UIDL: IV~!!mT9"!E(I"!~\$"!

——=_NextPart_000_00E0_33C78D6B.B1762A02A02

Content-Type: text/html;
charset="iso-8859-1"
Content-Transfer-Encoding: base64
TUFUVEhFVw0KPGh0bWw+PGhlYWQ+DQo8dGl0bGU+TmtseXN3eWN4dnV0....
1a29OWmw0MA==

——=_NextPart_000_00E0_33C78D6B.B1762A02A02—

Természetesen a részletében idézett kód nem aláírás, visszafejteni nem lehet.

Látható szöveg:

MATTHEW Nklyswycxvuthivtohbpsfkdjpdtasmebagiwimcpwqra
No mail!
OqakP7dntGG7Etmlrps4m
8854mBcH8-369BKkn3290bvua6-010WJZD6905koNZl40

2.)
Received: from (verio.com) [211.248.146.122]
by torogzultan.tolna.net with smtp (Exim 3.35 #1 (Debian))
for (multiple recipients)
id 18uJ4I-0004mj-00; Sat, 15 Mar 2003 22:19:51 +0100
Message-ID: <001601e3ca48$eed52726$84805020@tcgcylx.cwg>
From: bpoeawib@verio.com
To: info@tolna.net
CC: intrex@tolna.net, jerlich@tolna.net, khjudit@tolna.net, krz@tolna.net,
legato@tolna.net,
<medizon@tolna.net>, <mirold@tolna.net>, <pappgeza@tolna.net>

Subject: Home Loans & Refinancing at Very Low Rates!

AA 2836SLmD3—9
Date: Sun, 16 Mar 2003 04:12:14 -0700
MIME-Version: 1.0
Content-Type: multipart/mixed;
boundary="——=_NextPart_000_00D6_48A24E0D.C3128C04"4"
X-Priority: 3
X-Mailer: Microsoft Outlook Express 5.50.4522.1200

Importance: Normal
X-RBL-Warning: (list.dsbl.org) http://dsbl.org/listing?ip=211.248.146.122
X-RBL-Warning: (bl.spamcop.net) Blocked - see
http://spamcop.net/bl.shtml?211.248.146.122
X-RBL-Warning: (relays.osirusoft.com) (2003/03/13) Open Proxy: http(8080)
X-Scanner: exiscan *18uJ4l-0004mj-00*FV/.HeeSdsU*
http://duncanthrax.net/exiscan/
X-Spam-Alert: spam@tolna.net
X-UIDL: F]:"!mlo"!J9i"!~2b"!

———=_NextPart_000_00D6_48A24E0D.C3128C04C04

Content-Type: text/html;
charset="iso-8859-1"
Content-Transfer-Encoding: base64
Q0hBU0UNCjxodG1sPjxoZWFkPg0KPHRpdGxlPlZkd3NwYXRrYnJue…
ZGViNC0xNTFsNDQ=
———=_NextPart_000_00D6_48A24E0D.C3128C04C04—

Látható szöveg:

CHASE Vdwspatkbrnxlvvmfiraopkysnqbsaer
No mail!
n1Pg82F8lfTiXO6RV
0148EcID8-346elql3160WNCi9-710YOBu9309Edeb4-151l44

Zombik

Nemrégiben egy igen érdekes jelenségre lettek figyelmesek a szakemberek. A kéretlen levelek küldésének eddig nem alkalmazott és találékony módját spamzombi-levelezésnek hívhatjuk.

A levél elküldésének két alapfeltétele van: egy levelezőprogram és egy SMTP-szerver. Ha mindkettő rendelkezésre áll, és össze van hangolva, akkor mehetnek az e-mailek. Ha valamelyik hiányzik, akkor a levél elküldése lehetetlen. Egy ismeretlen számítógép esetében nem lehet tudni, hogy milyen programok futnak rajta. Ha levelek tömegét akarom elküldeni, akkor a legegyszerűbb, ha az alapfeltételeket én teremtem meg. De hogyan?

A válasz igen egyszerű: a hálózat- és rendszerbiztonsággal foglalkozók egy része lenézi azokat, akik a vírusokkal foglalkoznak. A számítógépes kórokozók egyes fajtái viszont kiválóan alkalmasak arra, hogy valamilyen úton-módon egy idegen számítógépbe bejuttassák kis „csomagjukat", ami elegendő ahhoz, hogy a levelek küldésére alkalmas rendszer felépüljön.

A gépbe juttatott kórokozó tehát szükség esetén a levelezést „segíti", klasszikusan értelmezhető kárt nem okoz.

Két link a Proxy-Guzuról
slashdot.org/articles/03/04/27/1432223.shtml?tid=
www.vsantivirus.com/guzu.htm

Csak abban az esetben kezd el ténykedni, ha a levélküldés feltételei hiányoznak. A gép tulajdonosa nem is sejti, hogy ott lapul a winchesteren, csak akkor kezd el gyanakodni, amikor komputerét levelek ezrei hagyják el. A rejtőzködő kórokozó tehát inaktív állapotban olyan, mint egy tetszhalott, aki, ha kell, feléled.

A SecurityFocus lapjain olvashatók a következők:

Felélednek a spamzombik

A kéretlen levél (spam) elleni egyre szigorúbb és hatékonyabb törekvések azok küldőit egyre inkább a bűnözés felé hajtják. Annak érdekében, hogy eltitkolják a betegesen nagy levéltömeg forrását, trójai falovakat rejtenek a mit sem sejtő internetezők gépére, spamzombivá téve azokat. Ezek olyan tömeges kéretlenlevél-források, amelyek a felhasználó tudta nélkül működnek, és ontják az e-maileket.

„Ez a legújabb kézbesítési mód" – mondta *Margia Arbon*, a MAPS nevű spamellenes csoport vezetője. „Egy évig kerestem sikertelenül, de az elmúlt hónapokban néhány ember talált olyan trójait, amely ezt csinálja... A saját SMTP-motorját hordozza. Ha azzal nem sikerül, felrak egy nyitott (open proxy) levelezőprogramot."

Az egyik ilyen program a Proxy-Guzu nevet kapta. Amikor megkezdi működését, egy ártatlan felhasználó gépén elkezd futni a trójai program. Egy véletlenszerűen kiválasztott portot figyel, és saját beépített e-mail kliensével az áldozat IP-címét és a nyitott port helyzetét elküldi egy Hotmail-címre.



Innentől kezdve a „levélőrült" spammer átveszi az irányítást: annyi e-mailt küld az áldozat gépén keresztül, amennyit csak akar, és ha fel akarják deríteni az elkövetőt, a végállomás a mit sem sejtő áldozat gépe lesz.

A trójai programok eljuttatása a kiszemelt gépre kezelőjük azon képességén múlik, hogy milyen módszerrel tudja rászedni áldozatát a „kedves csomagot" tartalmazó levél átvételére és a csomag megnyitására – egyszóval saját gépének megfertőzésére. A Proxy-Guzu általában kéretlen levélben, csatolt adat, fájl formájában érkezik a gépre. Egy korai áldozat elmondta, hogy csak akkor találta meg a trójait, amikor tűzfalprogramja figyelmeztette, hogy hatalmas mennyiségű e-mail



hagyta el a gépét – és mind ismeretlen címekre ment. Mint kiderült, a levelek tárgya általában „Ne mondd el a szüleidnek" és „A számlád" volt.

Kinyomozhatatlan

A kéretlen levelek küldői trükkjeiket az elektronikus vandáloktól kölcsönzik, akik számítógépes hadseregeket készítenek, amelyek alkalmasak rendszerek elleni túlterheléses (DDoS) támadásokra. A legelső, kifejezetten spammelésre használt trójai a Jeem. Ez teljes elérést biztosít az elkövető számára, és található benne egy beépített SMTP-szerver is. Természetesen ezek a spammerek a „rossz oldalon" állnak. „Általános szabály, amelyet el kell fogadni, hogy nem jogsértő e-mailt küldeni valakinek, még akkor sem, ha ő nem akarja" – mondta *Mark Rasch*, egy volt ügyvédi iroda erre specializálódott ügyvédje. „De amint betörnek egy számítógépre, és azt e-mail küldésre használják, már megsértik a szövetségi és állami törvényeket."

Ezen a kijelentésen lehet vitatkozni: egyfelől érvként fel lehet hozni a szólásszabadságot, az általános szabadságjogokat stb., másfelől pedig nincs joga mindenkinek levéltömeg, zaklatás nélkül, nyugalomban élni?

A tények

Csökkent a felhasználókhoz eljutó kéretlen levelek mennyisége, miután az AOL megduplázta a kiszűrt levelek számát. A cég bejelentette, hogy egy nap alatt több mint kétmillió kéretlen kereskedelmi elektronikus levelet blokkol. A legnagyobb internet- és e-mail szolgáltató társaságok csak egy részét képesek feltartóztatni a hullámokban érkező, a felhasználók postafiókjait elárasztó levéltömegnek.

A közlemény kiadását úgy időzítették, hogy a Federal Trade Commission első, nyilvános spam elleni konferenciájának kezdésével azonos időpontban jelenjen meg.

Az AOL, a Microsoft és a Yahoo! szövetséget kötött azzal a céllal, hogy kivizsgálja a spamek írásának és küldésének körülményeit – amelyek ismerete megkönnyítené a kéretlen levelek elleni harcot. Az AOL és a Microsoft nemrég egymástól függetlenül kereseteket nyújtott be egyének és cégek ellen, akik állítólag spamet küldenek tagjaik részére.

A probléma olyan széles körűvé vált, hogy a szövetségi törvényhozók is keresik a spammerek megbüntetésének módját, lehetőségét. Ebben a hónapban néhány amerikai szenátor ismét benyújtotta a Can-Spam Actnak elnevezett törvényjavaslatot, ezzel is segítve a spammerek által használt hamis, visszatérő e-mail címek elleni központi támadás előkészítését. *Charles Schumer* és a republikánus *Zoe Lofgren* szenátor szintén törvényjavaslatot terjesztett elő a spam elleni küzdelem érdekében.

Itt kell megemlíteni az olasz internetszolgáltatók hasonló jellegű tevékenységét, amelynek célja nemcsak az olasz törvények módosítása, hanem egy integrált spamellenes „törvénycsomag", amelyet a tagországok törvényalkotásukban alapként használhatnának fel.

Az AOL úgy véli, hogy egy nap alatt 2,37 millió spam blokkolásával mérföldkőhöz érkezett, ami egyértelműen a szűrők technikai fejlődését jelzi. Márciusban még csak mintegy 1 millió kéretlen levéltől mentették meg felhasználóik postafiókjait. A társaság jelenleg a teljes bejövő internetes e-mail forgalom 70-80%-át blokkolja spamként.

Az AOL közölte: amellett, hogy szigorították a szűrést, azért tudnak ilyen hatalmas tömegű levelet megvizsgálni, mert rendszeresen kapnak visszajelzést a felhasználóiktól, illetve más ISP-kkel együtt dolgozva ki tudják zárni a spammerek által használt IP-tartományokat. Mindez azonban semmiképpen nem jelent győzelmet: a spammerek hírhedtek arról, hogy hatékonyan tervezik meg leveleik eredményes, célzott elküldésének lehetőségeit. }

Kapcsolódó webcímek:

www.postini.com/stats/maps.html
yikes.tolna.net/hoax
yikes.tolna.net/hoax/spam.shtml
yikes.tolna.net/hoax/day2.shtml
yikes.tolna.net/hoax/kezikonyv.shtml
yikes.tolna.net/hoax/stats.html
www.cert.hu/ismertetok/spam_uj.html
www.cert.hu/ismertetok/aol_spam.html
www.microsoft.com/hun/biztonsag/mitkell_10_spam.mspx
kempelen.iit.bme.hu/pipermail/gpf-l/2000-April/000554.html

Magyar nyelvű forrás a netikett, a szerzői jogok és a felhasználói szabályzatok tanulmányozásához:

vega.toldy.sulinet.hu/netikett/lista.htm

Fertőzött erotika

Terjednek a Mimail néven ismert e-mail féreg legújabb, C/D/E jelű változatai, amelyeket 2003. október 31-én fedeztek fel. A veszélyes kártevő Radar Level 2 riasztási fokozatot kapott az F-Secure cég rendszerében. A Mimail.C-t erotikus szövegű levél hordozza. Terjedését lassítja, hogy a káros kódot tartalmazó photos.jpg.zip melléklet nem kezd futni automatikusan, azt a felhasználónak kell kicsomagolnia, és a photos.jpg.exe féregfájlt elindítania – ha meg akarja fertőzni a gépét. Ennek ellenére Európában már több helyen észlelték a kártevőt.

A Mimail terjedése

A féreg hamisított e-mailben érkezik, a feladó (From:) mezőben mindig a james@%a_cimzett_doménja% érték található. A levél megjelenése a következő:

A levél tárgya: Re[2]: our private photos
A levél törzse:
Hello Dear!
Finally i've found possibility to right u, my lovely girl :)
All our photos which i've made at the beach (even when u're without ur bh:))
photos are great! This evening i'll come and we'll make the best SEX :)
Right now enjoy the photos.
Kiss, James.
Melléklet: photos.zip

Büntetőrutin

A vírusnak több változata létezik (egyes esetekben a káros kódot tartalmazó e-mail szövege is más). A Mimail.C féreg figyeli a gépen futó aktív ablakokat, és ha az E-Gold nevű internetes fizetési rendszer megnyitását észleli, menti a program bizalmas adatait. Ezenkívül a Mimail.C féreg elosztott szolgáltatásmegtagadás (DDoS) jellegű támadást indít webhelyek ellen. A D és E jelű változat annyiban különbözik a C-től, hogy más webhelyeket választ a DDoS-támadás célpontjául. A víruskereső programok a legújabb adatbázisokkal már képesek felismerni a Mimail.C/D/E férget.

Fontos, hogy a Mimail.D és E változat által készített vírusos levélhez mellékelt Zip-fájl szándékosan hibás formátumú! A hiba egyes átjárószintű szűrést végző biztonsági szoftvereket és levélvírus-kereső programokat megakadályozhat abban, hogy érvényes archívumként azonosítsák az adott fájlt, ezért annak kibontása és tüzetes átvizsgálása elmaradhat. Így egyes Mimail-példányok átcsúszhatnak az ellenőrzésen. Mivel a fájl hibája a munkaállomásokon történő kibontást a legtöbb esetben nem akadályozza, fennállhat a megfertőződés veszélye.

Tanácsos érdeklődni a használt átjárószintű védelem képviselőjénél, hogy az adott rendszer fel van-e vértezve a Mimail Zip-sebezhetősége ellen. Az érintett rendszerek gyártói folyamatosan bocsátják ki a sebezhetőséget kiküszöbölő hibajavításokat.

Gonosz álruhában

Hétfő óta folyamatosan növekszik a Közép-Európában észlelt Sober-fertőzések száma. Az F-Secure cég Radar 2-es fokozatú riasztást adott ki a járvánnyal kapcsolatban. A féreg víruskereső program nélküli felismerését megnehezíti, hogy az elküldött levelek tárgya, témája és melléklete nagyon sokféle lehet. A Sober gyakran Norton AntiVirus-javításnak vagy új, ismeretlen vírusra figyelmeztető levélnek adja ki magát. A fájlmellékletek .pif, .bat, .scr, .com vagy .exe kiterjesztést kapnak.

Egy jellemző levélminta:

Tárgy: New Sobig-Worm variation (please read)
A levél törzse:
New Sobig variation in the net. You must change any settings before the worm control your computer!
But, read the official statement from Norton Anti Virus!
Fájlmelléklet: NAV.pif
Aláírás (Signature): Automatic Mail notification: Robot-System__#

Ha az ilyen levélhez tartozó fertőzött mellékletet a felhasználó véletlenül megnyitja, a féreg először hamis hibaüzenetablakot jelenít meg, melynek szövege: File not complete!

Ezután a Sober véletlenszerű névvel telepíti magát a számítógépre, a %SysDir% könyvtárba (ez a rendszerváltozó többnyire a Windows vagy WinNT könyvtárban a \System, illetve a \System32 helyre mutat). A fájl neve lehet például similare.exe, systemchk.exe, sysrunll.exe vagy winrea.exe. A Sober egy további állományt is készít, amelyben a fertőzött gépen talált e-mail címeket tárolja, ennek helye: %SysDir%\Macromed\Help\media.dll.

A féreg fájljainak ismételt betöltéséről minden rendszerindításkor a véletlen nevű fájlokra mutató registrykulcsok gondoskodnak:

[HKCU\SOFTWARE\Microsoft\Windows\CurrentVersion\Run] vagy [HKLM\SOFTWARE\Microsoft\Windows\CurrentVersion\Run]syspath=%System%\drv.exe.

A terjedéshez szükséges e-mail címek begyűjtése céljából a Sober átvizsgálja a fertőzött gépen található .html, .wab, .eml, .pst és egyéb állományokat. Ezután a féreg aktivizálja beépített SMTP-rutinját, és a felhasználó nevében vírusos leveleket küld a listán szereplő címzetteknek. Az eredményes terjedés érdekében a Sober képes hamisítani egyes népszerű levelezőprogramok fejlécét! A vírusirtó programok a legújabb adatbázisokkal már képesek felismerni a férget. }

Kapcsolódó webcím:
www.virushirado.hu



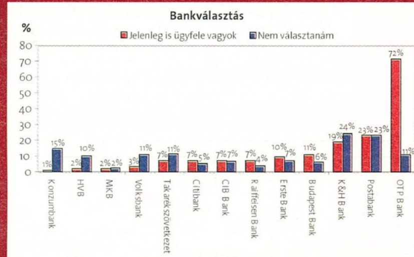
Bankok és internetezők

Az NRC Piackutató Kft., valamint a TNS Gazdasági és Társadalmi Marketing Tanácsadó Kft. augusztusi kutatása alkalmával a banki szolgáltatásokat vizsgálta a gyakori internetezők körében. Az eredmények szerint a gyakori internetezők mindössze egynegyede tartja a biztosítókat megbízható pénzintézeteknek, és kevesebb mint a válaszadók fele (42%) vélekedik így a bankokról. A felmérés eredményeiből kiderül, hogy a pénzügyi szolgáltatások igénybevételénél nemcsak a kedvező kondíciók számítanak, hanem az adott pénzintézet image-e, megbízhatósága is kiemelten fontos.

PÁI ATTILA, NRC PIACKUTATÓ KFT.

{ A gyakori felhasználók (18 éven felüliek) 97,5%-a rendelkezik banknál, takarékszövetkezetnél vezetett számlával. A felhasználók 46%-ának több számlája is van (jellemzőbben azoknak, akik felsőfokú végzettségűek, illetve megyeszékhelyen laknak). A banki szolgáltatások bemutatásánál a bankszámlával rendelkező gyakori internetezőkre terjedt ki a kutatás.

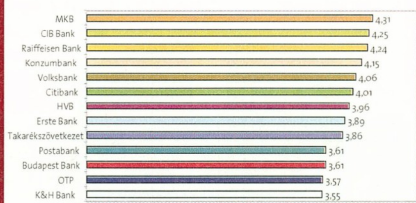
Az internetezők köréből a legtöbb lakossági ügyfele kimagaslóan az OTP-nek van (72%). Ezt követi a Postabank (23%), amely már az Erste Bank tulajdona, valamint a K&H Bank (19%). Az Erste Bank 10%-os, a Budapest Bank pedig 11%-os ügyfélkörrel rendelkezik.



(Forrás: NRC-TNS, NetMonitor kutatás, N=500)

A választás szempontjai

Arra a kérdésre, hogy van-e olyan pénzintézet, amelyet semmilyen körülmények között nem választana bankjául, a válaszadók 24%-a a K&H Bankot, 23%-a a Postabankot és 15%-a a Konzumbankot jelölte meg. A K&H esetében feltehetően a mostanában kirobbant botrány, a Postabanknál a bekövetkezett tulajdoni változások, míg a Konzumbankot illetően a pénzintézet alacsonyabb ismertsége játszik szerepet abban, hogy a gyakori internetezők nagyobb arányban utasítják el ezeket a bankokat.



(Forrás: NRC-TNS, NetMonitor kutatás, N=500)

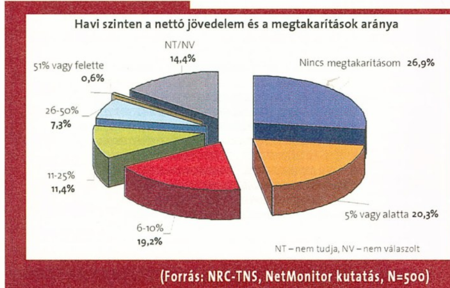
A válaszadóknak 5 fokozatú skálán kellett megjelölniük, hogy melyek számukra a bank kiválasztásának legfontosabb szempontjai. Az 1-es érték azt jelentette, hogy egy szempont egyáltalán nem fontos, míg az 5-ös azt, hogy az adott szempont kiemelkedő fontosságú a bank kiválasztásában. A sorrend szerint a legfontosabb a banki szolgáltatások díjtételeinek mértéke (átlag: 4,5). A következő a betétkamat (átlag: 4,4), majd a kiszolgálás minősége, kényelme a bankfiókban (átlag: 4,4). A gyakori internetezők fontosnak tartják a banki tájékoztatók, információk érthetőségét, átláthatóságát (átlag: 4,3), a bank image-ét, jó hírét (átlag: 4,3) és a pénzügyi szolgáltatások széles választékának rendelkezésre állását (át-

lag: 4,0). Fontos számukra a bankfiók közelsége és megközelíthetősége, de kevésbé jelentős, mint a teljes lakosság körében. Ez érthető is, hiszen a gyakori internetezők nagyobb arányban használnak online banki szolgáltatásokat, mint a teljes lakosság.

Jellemzően elégedettek

A gyakori internetezőkről elmondható, hogy elégedettek a saját bankjukkal, hiszen a vizsgált intézetek felénél az elégedettségi szint eléri vagy meghaladja a 4-es értéket. A legjobb minősítést az MKB és a CIB Bank kapta, míg a legrosszabbat a K&H Bank (3,55).

Fontos megemlíteni, hogy a gyakori internetezők 52%-ának már eszébe jutott, hogy bankot váltson, és 16% meg is tette. Azok, akik csak töprengtek a kérdésen, de nem cselekedtek, úgy gondolják, hogy más bank sem nyújt sokkal kedvezőbb szolgáltatást, mint a jelenlegi, hogy túl bonyolult az ügyintézés, és megváltozik a számlaszám. Egyes esetekben az ATM-hálózat hiánya is visszatart a váltástól.



(Forrás: NRC-TNS, NetMonitor kutatás, N=500)

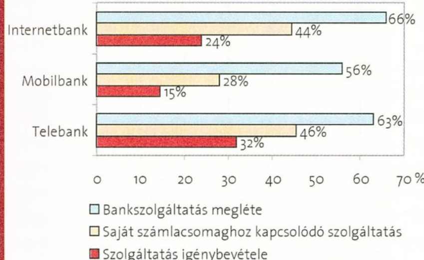
Megtakarítások

A gyakori internetezők 59%-a válaszolta, hogy havi nettó jövedelméből meg tud takarítani valamennyit. A megkérdezettek 27%-a egyáltalán nem tesz félre, 14%-a pedig túl személyesnek érezte a kérdést, és inkább nem válaszolt.

A 24 év alattiakra (46%) jellemzőbb, hogy nincs megtakarított pénzük, míg a 25 és 34 év közöttiek közül többen rendelkeznek nagyobb megtakarítási aránnyal (13%-uk havi jövedelmének 25–50%-át félreteszi). Ez a megállapítás igaz a Budapesten élőkre és a főiskolai, egyetemi végzettségűekre egyaránt. A gyakori internetezők jellemzően lakossági folyószámlával – lekötött betéttel – (52,6%), biztosítási kötvénnyel (20,7%) és ingatlanmegtakarítással (13%) rendelkeznek.

Hitelszolgáltatások

A gyakori felhasználók több mint 60%-a vett már fel kölcsönt. Legjellemzőbben áruhitelről (51%), ingatlanhitelről (49%) és folyószámlahitelről (46%) volt szó. A válaszadók közel negyede tervezi az elkövetkezendő két évben valamilyen banki hitel – leginkább ingatlanhitel (68,5%) és autólízing (34%) – igénybevételét.



(Forrás: NRC-TNS, NetMonitor kutatás, N=500)

Elektronikus banki szolgáltatások

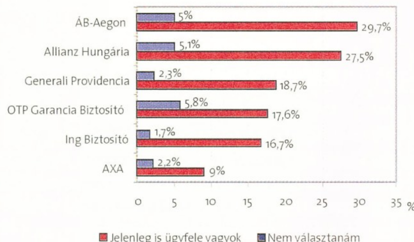
Az eredményekből jól látható, hogy közel minden harmadik gyakori internetező igénybe vesz telebanki, minden negyedik internetbanki, és minden hatodik mobilbanki szolgáltatásokat.

Azok a felhasználók, akiknek tudomásuk van arról, hogy pénzintézetük biztosít tele-, mobil-, illetve internetbanki szolgáltatásokat, különböző mértékben tervezik igénybe venni az egyes lehetőségeket. A válaszadók 7,1%-a telebankot, 11,2%-a mobilbankot és 24%-a internetbankot kíván használni a jövőben. Az internetes ügyfelek számának növekedése feltételezhetően növeli majd a B2C e-kereskedelmi szolgáltatások igénybevételét is.

A telebanki szolgáltatásokat legjellemzőbben számlainformációk lekérésére (73% rendszeresen), átutalásra (38% rendszeresen) és betétkezelésre (26% rendszeresen) használják.

A mobilbanki szolgáltatások közül jellemzően a kártyafigye-

Az adatfelvétel 2003. szeptember 31. és október 8. között zajlott. A több mint 511 érvényes kérdőív adatai nem, kor, iskolai végzettség és településtípus szerinti bontásban (a TNS InterBus nagy mintás adatai alapján) reprezentatívnak tekinthetők a hetente többször internetező magyarországi felhasználók esetében.



Biztosítóválasztás (A legtöbb gyakori internethasználó ügyféllel rendelkező biztosítótársaságok)

(Forrás: NRC-TNS, NetMonitor kutatás, N=500)

lést (90% rendszeresen) és a számlafigyelést (54% rendszeresen) veszik igénybe.

Az internetbanki szolgáltatásokat elsősorban szintén a számlával, betéttel kapcsolatos információszerzésre használják, de igénybe veszik eseti (60%) és állandó forintátutalásra (41%) is.

A mellőzés legjellemzőbb oka az internetbank esetében a technikai problémáktól való félelem és a bizalomhiány, a telebank esetében a túl bonyolult használat és a személyes ügyintézés hiánya, míg a mobilbanknál a kevéssé informatív rendszer.

A megkérdezettek 16%-a váltana bankot, ha egy másik pénzintézet új, olcsóbb e-banki szolgáltatáscsomagot vezetne be.

Biztosítók és szolgáltatásaik

A gyakori internetezők közel 70%-a rendelkezik valamilyen biztosítással (a kötelező gépjármű- és a személyi felelősségbiztosítás kivételével).

A keresztelemzéseket vizsgálva elmondható, hogy a Budapesten, falun vagy községben lakók és a felsőfokú végzettséggel rendelkezők jellemzőbben, míg a 24 év alattiak kevésbé rendelkeznek biztosítással.

A gyakori internetezők között a legtöbb ügyfele az ÁB-Aegonnak (29,7%) és az Allianz Hungáriának (27,5%) van.

Az egyes biztosítótársaságok esetében nem beszélhetünk különösebb elutasításról; ilyen csak a K&H Életbiztosítónál fordult elő, hiszen a felhasználók 12,5%-a semmi esetre sem választaná ezt a társaságot. A megkérdezettek legjellemzőbben ingatlan- (52%), gépjármű- (50%) és befektetési életbiztosítással rendelkeznek (44%).

A gyakori internetezők nem zárkóznak el az online (interneten keresztül történő) biztosításkötéstől (40%), és 42%-uk elfogadná (hasznosnak tartaná), ha e-mailben tájékoztatnák a biztosítási lehetőségekről. A válaszadók 11%-a tervezi egy éven belül valamilyen biztosítás kötését. }

Symantec:
Jelentés az internetes veszélyekről

A Symantec félévente jelentésben tájékoztat az internetes veszélyforrásokról. A hálózati tevékenységet figyelő, több mint 180 országban található 20 000-nél is több érzékelővel a cég az internetes veszélyforrások egyik legátfogóbb adatforrását hozta létre. Az ennek segítségével felismert irányzatok felhívják a vezetők figyelmét a lehetséges veszélyekre és kockázatokra, így felismerhetik a védelmi architektúrában, illetve a szabályzatokban található gyenge pontokat. A legutóbbi jelentés szerint nőtt az összetett veszélyek, a sérülékenységek és az internetes támadások száma.

{ A Symantec jelentése beszámol arról, hogy a rosszindulatú programot és a sérülékenységet együttesen kihasználó, összetett veszélyek növekvő gyakorisága továbbra is az év egyik legjelentősebb védelmi problémáját jelenti a cégek számára. A Symantechez 2003 első felében elemzésre beküldött rosszindulatú programok 60%-át az összetett veszélyek tették ki, és számuk az előző évihez képest 20%-kal nőtt.

Az összetett veszélyek terjedési sebessége szintén növekszik. Így például a Slammer féreg néhány óra alatt világszerte megrázkódtatta a rendszereket, a mostani Blaster féreg pedig óránként 2500 számítógépet fertőzött meg. A Symantec valószínűnek tartja, hogy a férgek a jövőben még inkább elterjednek. Ennek következtében a hálózati hardverek túlterhelődése, a forgalom megbénulása, valamint a magánszemélyek és a cégek internetelérésének komoly akadályoztatása várható.

Mit szeret a támadó?

Mostani jelentésében először elemzi a Symantec, hogy a támadók melyik sérülékenységet részesítik előnyben. Eszerint az összes új támadás 64%-a az egy évnél nem régebbi sérülékenységeket veszi célba. Emellett a 2003 első felében jelzett összes támadás 66%-a komoly veszélyt jelentő sérülékenységet használt ki.

A mostani tevékenység is alátámasztja a Symantecnek azt az állítását, miszerint a felfedezéstől a járvány kitöréséig tartó idő jelentősen lerövidül. A W32.Blaster összetett veszélyforrás mindössze 26 nappal az általa kihasznált sérülékenység ismertté válását követően jelent meg.

A támadások tendenciája

A támadások száma 19%-kal nőtt. A cégek 2003 első felében hetente átlagosan 38-at észleltek, míg egy évvel korábban 32-t. A komoly támadások mennyisége tovább csökkent: 2002 első felében az összes rosszindulatú kísérlet 23%-a volt ilyen, míg 2003 első felében csupán 11%. Az 52%-os csökkenés részben a védelmi helyzet megszilárdulásának tulajdonítható (az adatokat a Symantec Managed Security Services ügyfelei szolgáltatták).

A támadások fokozottan használnak férgeket az ismert sérülékenységeket kihasználó programok bejuttatására a rendszerekbe, hogy ott rést üssenek a védelmen. Ezután trójai hátsó ajtókat telepítenek, amelyekkel az ellenőrzésük alá vont rendszerekből további támadások indítására alkalmas hálózatokat (ún. bothálókat) hoznak létre.

A fürkészési tevékenység többnyire olyan, nem nyilvános szolgáltatásokra irányul, mint amilyen a Microsoft SQL vagy a fájlmegosztás. Az otthoni és a céges belső hálózatokon elterjedt szolgáltatások kihasználásával lényegesen megnő a potenciális áldozatok száma. Ez az irányzat megerősíti azt, hogy a védelmi szabályokat és ellenőrzést a nyilvános rendszereken túlra is ki kell terjeszteni.

A sérülékenységek

A Symantec 1432 új sérülékenységet jelzett, ami az előző év azonos időszakához képest 12%-os növekedést jelent. Ugyanakkor a felfedezések gyarapodása 2003 első felében lényegesen kisebb volt, mint a 2002-ben tapasztalt 82%-os növekedés.

A mérsékeltnek minősülő sérülékenységek száma 21%-kal nőtt, a komolyaké 6%-kal. Ez abból ered, hogy a 2003 első felében felfedezett sérülékenységek 80%-át távolról ki lehetett használni.

A rosszindulatú programok

2003 első felében 994 új Win32-vírust és -férget regisztráltak, szemben a 2002 első felében dokumentált 445-tel.

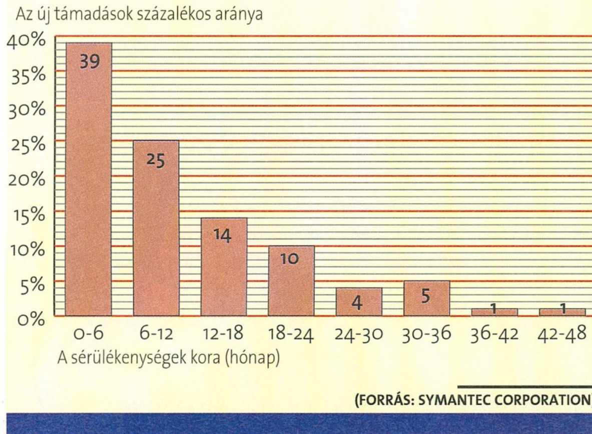
A közvetlenüzenet-programok és az egyenrangú hálózatok használatának növekedésével új vírusok és férgek jelentek meg, amelyek ezeken keresztül terjednek. A 2003 első felében beküldött 50 leggyakoribb rosszindulatú program közül 19 egyenrangú hálózati, illetve közvetlen üzenetküldő alkalmazást használt. Ez egy év alatt közel 400%-os növekedést jelent.

A beküldött, hátsó ajtóval felszerelt rosszindulatú programok mennyisége 2003 első felében közel 50%-kal, 11-ről 17-re nőtt. A titkos adatok eltulajdonítására irányuló leglátványosabb kísérlet a Bugbear.B 2003. júniusi megjelenése volt. Komoly aggodalmat okozott e változat felfedezése, mivel kifejezetten a bankokat vette célba. A megfertőződött rendszerekből kinyerték a titkos adatokat, a fájlneveket, az eljárásokat, a felhasználói neveket, a billentyűleütéseket vagy egyéb kritikus rendszerinformációkat, és azok illetéktelenek kezébe kerültek. Ez azt jelenti, hogy a jelszavak és a titkosítást feloldó kulcsok veszélyeztetettsége állhat fenn.

A veszélyeztetett rendszerhez való hozzáférést biztosító hátsó ajtók lehetővé teszik az adatok eljutását jogosulatlan személyekhez. Így például naplózható egy egész folyamat, megszerezhetők a rendszerek és az alkalmazások jelszavai. A cégeknek e támadások kivédésére olyan intézkedéseket kell tenniük, amelyek megnehezítik a bizalmas adatok rosszakaratú programok általi eltulajdonítását. Tehát frissíteni kell a tűzfalakat, a hibajavításokat, a behatolásérzékelést, a víruselhárítást stb.

A célba vett sérülékenységek az ismertségük óta eltelt idő szerint

(2003. január 1. – 2003. június 30.)



(FORRÁS: SYMANTEC CORPORATION)

Megszívlelendő jó tanácsok

A Symantec a következőket tanácsolja a felhasználóknak és a rendszergazdáknak információvagyonuk hatékonyabb védelme érdekében:

1. Kapcsolják ki a szükségtelen szolgáltatásokat!

2. A rendszerek hibajavításai legyenek naprakészek, különösen azokon a számítógépeken, amelyeken a tűzfalon át elérhető nyilvános szolgáltatás fut (például HTTP, FTP, levelező vagy DNS)!

3. Szabályozzák a jelszavak használatát!

4. A levelezőszervereket úgy állítsák be, hogy azok megállítsák vagy eltávolítsák a vírusok terjedésében általános szerepet játszó csatolmányt, így .vbs, .bat, .exe, .pif és .scr kiterjesztésű fájlt tartalmazó leveleket.

5. A fertőzött számítógépeket gyorsan szigeteljék el, hogy ezzel megakadályozzák a szervezethez tartozó további gépek veszélyeztetését! Alaposan elemezzék a rendszert, és megbízható adathordozóról állítsák helyre a komputereket!

6. Hívják fel az alkalmazottak figyelmét arra, hogy nem várt csatolmányokat ne nyissanak meg! Amíg nem ellenőrizték, hogy valamely internetről letöltött program nem fertőzött-e, addig azt ne indítsák el!

7. Gondoskodjanak arról, hogy legyen vészhelyzeti eljárásuk!

8. Ellenőrizzék a védelmet, hogy biztosak lehessenek a megfelelő szabályozás működésében!

A jelentés

A jelentésben leírt támadási irányzatok a Symantec DeepSight Threat Management System és a Symantec Managed Security Services elemzésein alapulnak. A Symantec DeepSight Threat Management System a több mint 180 országban található 20 000-nél több érzékelő által az eseménnyel egy időben gyűjtött adatokat elemzi. A következtetések a Symantec Security Response 8 ezernél több sebezhető pontot tartalmazó sérülékenységi adatbázisának statisztikai elemzésére épülnek. A rosszindulatú programok tendenciái tapasztalati adatokon, valamint a Symantec átfogó fertőzés- és kártékonyprogram-adatbázisának szakértői elemzésén alapulnak. A Symantec internetes veszélyekről szóló jelentése letölthető a www.symantec.com címről. }

Kapcsolódó webcím:
www.symantec.hu

symantec.
Átfogó biztonsági megoldások

Tihanyi visszhang

Internet Hungary 2003

Lapzártánkkor ért véget Tihanyban a legrangosabb magyar internetkonferencia, az Internet Hungary idei kétnapos programja. Az eseményen szép számban voltak jelen ellenzéki és kormánypárti politikusok, de természetesen az IT-piac ismert alakjai – például Beck György *(HP)*, Budafoki Róbert *(Cisco)*, G. Németh György *(Westel)*, Keresztesi János *(Sun)*, Kürti Sándor *(Kürt)*, Simó György *(Axelero)*, Straub Elek *(Matáv)*, Vityi Péter *(Microsoft) – sem hiányozhattak. Szinte mindenki arra kereste a választ, hogy mi várható az informatikában hazánk jövő májusi európai uniós csatlakozását követően.*

SZALAY DÁNIEL

{ A két helyszínen zajló előadásokon és fórumbeszélgetéseken számos bejelentés és érdekes adat, kutatási eredmény hangzott el. Szópárbaj zajlott arról, hogy a nyílt vagy a zárt forráskódú megoldások alkalmasabbak-e a közintézményekben, polgármesteri hivatalokban, *Csepeli György*, az IHM politikai államtitkára és *Stumpf István*, az *Orbán-kormány* kancelláriaminisztere pedig a *Medgyessy*-kormány IT-politikájának eddigi eredményességéről vitatkozott. (Akár szimbolikus lépésnek, a szükséges konszenzus kifejezésének is tekinthető, hogy – ahogy azt néhányan észre is vették – az éles szócsata után a két, ellentétes nézetet valló felszólaló egy asztalnál fogyasztotta el ebédjét.)

Kovács Kálmán informatikai és hírközlési miniszter arról beszélt, hogy az elmúlt egy esztendőben szemléletváltás következett be, és a világhálóval kapcsolatos attitűdök egyértelműen pozitív irányban változtak. „Az internet iránti korábbi érdektelenséget felváltotta az érdeklődés", és a világháló éppoly megszokottá, a mindennapi élet szerves részét képező eszközzé kezd válni, mint ahogy a mobiltelefon esetében történt. A miniszter ugyanakkor sajnálatosnak tartotta, hogy az internettel kapcsolatos kedvező hírek általában nem, vagy gyakran negatív tálalásban jelennek meg a magyar sajtóban, ami sok laikust elijeszthet a hálózattal való ismerkedéstől. Az informatikai miniszter kitért arra is, hogy az IHM irányításával kidolgozott Magyar információs társadalom stratégia (MITS) elkészült, és az ahhoz kapcsolódó ágazati stratégiák is, s azokat a konferenciát követően tárgyalja meg a kormány.

Baja Ferenc, a Miniszterelnöki Hivatal politikai államtitkára a hivatali sorban állás helyett az internet segítségével zajló digitális ügyintézői rendszer megvalósítását ígérte. Ehhez azonban a technikai háttéren kívül a jogi alapokat is meg kell teremteni, ami nem egyszerű.



Drajkó László és *Simó György* az Axelerótól megerősítette a Kovács Kálmán által elmondottakat. A piacvezető internetszolgáltató szerint az elmúlt egy esztendő a hazai internet történetének legjobb éve volt. A felhasználók számának növekedésén túl lendületet vett a széles sávú hozzáférések terjedése is, aminek eredményeként az összes előfizető között a széles sávot használók aránya meghaladja a 19 százalékos nyugat-európai átlagot. Az IHM tartalomfejlesztéssel ösztönzi a hálón elérhető információk körének bővítését, és a Sulinet Expressz PC-programja révén ingyen juthat számítógéphez több százezer család. A vezérigazgató néhány felmérési adatot is ismertetett. Eszerint 680 ezer olyan háztartás található Magyarországon, amelyet az ismerethiány tart vissza az internetezéstől, miközben 220 ezer háztartásban a technikai feltételek már rendelkezésre állnak a csatlakozáshoz. Az internetszolgáltató ezért iparági összefogást sürgetett a kommunikáció javítása, a nettől ma még távol maradók meggyőzése érdekében, és ehhez a média segítségét is kérte. }



Egészen az újkorig, eleink a szél szárnyán tudták a leggyorsabban megtenni a legnagyobb távolságokat. Így, fejlett kommunikációs rendszerek hiányában, a hírek sebessége is ki volt szolgáltatva az időjárási viszonyoknak.

Az Elender Üzleti Kommunikáció a gazdasági élet meghatározó szereplői mellett számos olyan kis- és középvállalat informatikai hátterét is biztosítja, amelyek nyitottak az emelt szintű alkalmazások felé. Mi pedig, miközben biztonságos és kiszámítható rendszerekkel szolgáljuk partnereink sikereit, újra meg újra megküzdünk a kiszámíthatatlan természet erőivel is – csak úgy, kedvtelésből.

Elég széles a sáv az unióba?

Internetes trendek teremnek

Fel kell gyorsítani a modernizációt, nemzeti „szélessávú-stratégiákat" kell kialakítani – ezek a ma érvényes jelmondatok az Európai Unióban. Ne higgyük azonban, hogy ránk nem vonatkoznak, hamarosan itt van május elseje! Persze nem a festett transzparensekkel tarkított felvonulásra gondolok, ámbár csatlakozásunk felfogható egyfajta vonulásnak is: virtuális bevonulásnak. De valójában nem ehhez van szükségünk a széles sávra.

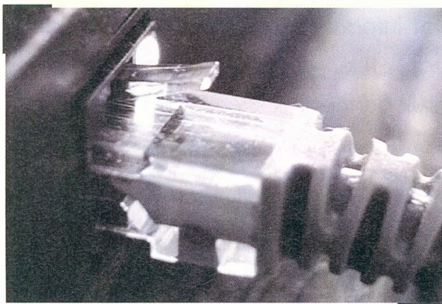
GALVÁCS LÁSZLÓ

{ Immár nem fényévnyire, csupán félévnyire vagyunk az Európai Uniótól, itt az ideje hát, hogy elkezdjünk közösségi keretekben gondolkodni. Ha az unió céljairól hallunk, érezzük csak nyugodtan magunkénak e célokat. Ha az EU teljesítményét összevetik például az Egyesült Államokéval, akkor gondoljunk arra, hogy e teljesítmény hamarosan a mi munkánkat is tükrözi. Ha az unióban fontosnak tartják az információs társadalom kiépítését, illetve annak egyfajta alap-infrastruktúrájaként a széles sávú internet fejlesztését, akkor mi sem lehetünk közömbösek e követelmények iránt. Talán nem is vagyunk. A számok legalábbis – a lemaradás ellenére – érzékelhető előrelépésről tanúskodnak.

Modernizáció az EU-ban

Amikor az Európai Unióban az összekapcsolhatóság növelését célzó eEurope 2002 akcióprogram után megfogalmazták az eEurope 2005 programot – immár az „always-on world" (folyamatos internetkapcsolattal rendelkező világ – *a szerk.*) jegyében –, akkor a súlypontok a széles sávú internet felé mozdultak el, egyaránt koncentrálva a keresleti és a kínálati oldalra.

Erkki Liikanen, az Európai Bizottság tagja egyik előadásában az információs társadalom kialakításának három pillérének a kiszámítható jogi környezetet, a kutatási programokat és a már említett eEurope programot nevezte meg. Ennél persze konkrétabb célok is megfogalmazódtak, az elsők egyikeként a széles sávú internetelérés jelentős növelése. A teljes lefedettséghez szükségesnek látják a különböző technológiák (így a telefonon kívül az otthonokig kihúzott optikai kábel, a digitális tévé, a Wi-Fi, a harmadik generációs mobil, a műhold stb.) együttműködését. Olyan szabályozásra van szükség, amely szokásos piacrendező szerepe mellett egyúttal növeli a keresletet. Ugyancsak fontos az innovatív tartalom fejlesztése, valamint a széles sáv felhasználása olyan, elektronikus ügyintézésre átterelhető területeken, mint a kormányzat, a közigazgatás, az egészségügy, a tanulás stb.



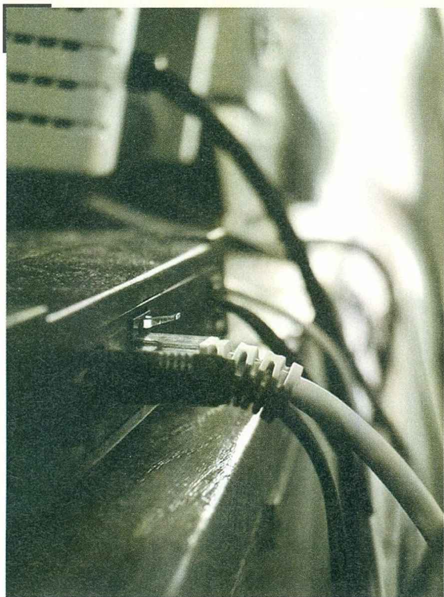
A nemzeti „szélessávú-stratégiák" kialakításának kulcselemei közé tartoznak a verseny növelését szolgáló intézkedések, az új szabályozási környezet, az alacsonyabb árak, valamint a választható szolgáltatások körének bővítése.

A modernizáció felgyorsítására szóló uniós felhívás magában foglalja a számítógépes ellátottság és az internethasználat gyors növelését, a hozzáférések számának és sávszélességének bővítését, a fejlett technológiákba történő beruházásokat, a közszféra és jogszabályalkotás reagálóképességének javítását.

A társadalmi feladatok között említette az EU képviselője a gazdaság szereplőinek megismertetését az új módszerekkel, eljárásokkal (e-business) és eszközökkel. Változtatni kell az internettel kapcsolatos társadalmi attitűdökön is, aminek eszköze lehet a kormányzati példamutatás, az internet és e-üzlet iránti bizalom kialakítása.

A tudásipar kiépülését támogathatja a szoftver- és tartalomfejlesztés, valamint -szolgáltatás, az adatbázis-építés, illetve az informatikai piac exportképességének fokozása.

Mindezek az uniós szándékok immár az eredményekben is tükröződni látszanak. Emeljük ki csak az internetet. A széles sávú elérés az Európai Unió országaiban jelentős mértékű növekedést mutat. 2003 első félévének végére az EU mintegy 17,5 millió széles sávú kapcsolattal rendelkezett, ami majdnem kétszerese az előző év azonos adatának (9 millió). Az EU-országok nagy részében Magyarországhoz hasonlóan az ADSL a legelterjedtebb technológia.



Internet itthon: túl a félmillión

A hazai helyzetet az Informatikai és Hírközlési Minisztériumtól kapott információkkal próbáljuk értékelni.

Magyarországon a háztartások mintegy harmadában van számítógép, és ezek harmada rendelkezik internet-hozzáféréssel, ám ez az arány az összes magyar háztartást tekintve mindössze 9 százalék. A nagyvállalatok körében ma már gyakorlatilag teljes az internettel való lefedettség, sőt a középvállalatok 90 százaléka eléri a világhálót.

2003 második negyedévének végén az internet-előfizetések száma meghaladta az 544 ezret, ami 8 százalékkal volt több az előző negyedévinél, és 42 százalékkal 2002 azonos időszakánál. Az előfizetők 11 százaléka ADSL-vonalon csatlakozott a világhálóra.

Az elmúlt években a széles sávú elérések tekintetében jelentős fejlődés ment végbe, a növekedés üteme egyértelműen ebben a szegmensben a legmagasabb. Az alacsony internetellátottság miatt a széles sávú otthoni hozzáférésben sem közelítjük meg a fejlettebb uniós országok szintjét, ám ennek az internettel rendelkező háztartások közötti részaránya már nem mutat jelentős lemaradást. Ez elsősorban a 2002–2003-ban jelentősen felgyorsult belső migrációs folyamatnak tulajdonítható (a dial-up előfizetéssel rendelkezők széles sávúra váltanak), és felveti annak a lehetőségét, hogy a felzárkózás minőségi előnnyé is válhat. Amennyiben a legelterjedtebb DSL- és kábeltévés hozzáférés mellett számba vesszük a bérelt vonali és egyéb széles sávú (pl. a vezeték nélküli) technológiákat is, az előfizetők száma 2003 első félévére megközelítette a 165 ezret, ami az előző évhez képest háromszoros növekedést jelent. Ez jól mutatja az ilyen típusú szolgáltatások térnyerését. Még inkább figyelemreméltó a növekedés, ha számításba vesszük, hogy a legnépszerűbb széles sávú technológiák (DSL, kábel) lefedettsége közel sem teljes, vagyis az ország jelentős részén még egyik szolgáltatás sem érhető el.

Magyarországon – más országokhoz hasonlóan – kezdetben a kábeles hozzáférés dominanciája volt jellemző. A helyzet 2002-re jelentősen megváltozott, nagyrészt a DSL gyors felfutásának köszönhetően. Nemcsak abszolút értelemben gyűjtött sok előfizetőt, hanem a piaci viszonyokat is átrendezte, jelentős versenyre késztetve a kábelszolgáltatókat.

Tekintettel a hozzáférési infrastruktúrák folyamatos fejlődésére, a versenynek köszönhetően árcsökkenés, a fogyasztói igények változása és a nemzetközi tendenciák hatására a széles sávú technológiák piaci részesedésének további növekedése várható. Ez utóbbi várakozások a meglévő széles sávú infrastruktúra kihasználtságának növekedésében, illetve az infrastrukturális fejlesztésekben egyaránt megjelennek. }

Az internet-előfizetések száma a hozzáférési szolgáltatások szerint

Negyedév	Kapcsolt vonal	ISDN	xDSL	AM-Micro*	Kábeltévé	Bérelt vonal	Vezeték nélküli	Egyéb	Összesen
2002. I.	283 837	30 462	12 999	38	20 512	3 258		5 353	356 459
2002. II.	290 947	36 783	16 912	38	25 276	3 562		10 700	384 218
2002. III.	308 313	34 788	24 254	36	30 387	4 421		16 207	418 406
2002. IV.	327 480	34 549	32 054	36	31 190	4 487		16 067	445 863
2003. I.	337 628	31 781	46 794		41 525	4 278	23 319	18 160	503 485
2003. II.	346 802	32 376	62 156		48 852	4 468	30 689	18 779	544 122

Az AM-Micro-előfizetések számát 2003-tól módszertani okok miatt a vezeték nélküli hozzáférések között tartják nyilván.

(Forrás: KSH, 2003. augusztus 29.)

Széles sáv, drótnélküli hálózatok, a telekonferenciától a számítógépes képességekig mindenféle tudással felvértezett mobilok. Ezek voltak a leggyakrabban hallott kifejezések a telekommunikáció idei olimpiáján, a genfi World Telecom rendezvényen, az ENSZ telekommunikációs szervezete, az ITU által négyévente megrendezett – kiállítással egybekötött – nemzetközi konferencia idei eseményén. Hogy hol a határ az informatika és a távközlés között, azt már a múlt század vége óta nem illik firtatni, tíz éve mindenki a konvergenciáról beszél. De míg a múlt század végén a telekommunikációs politikát alakító szervezet

Az ITU 1971 óta minden negyedik évben megrendezi a World Telecomot, a közbenső időszakokban pedig különféle kontinensrendezvények zajlanak, elsősorban a világ fejletlenebb piacain. (Nem tudni, hogy érdem-e, de 1992-ben éppen Budapest adott otthont az Európa Telecomnak, az viszont feltétlenül pozitív jel, hogy ma már Kelet-Európát sem tekinti annyira elmaradottnak az ITU, hogy piaci megfontolásokból konferenciát hozzon ide, ellentétben mondjuk Ázsiával, Afrikával vagy Dél-Amerikával.)

A 189 tagállamot tömörítő ITU rendezvényeit nem csupán



World Telecom
Broadband, WiFi, mobility

VÉRTES JÁNOS

vezetői még a Nortel, az Ericsson, az Intelsat, a Lucent és az NTT első embereinek osztották ki a vezérszónoki szerepköröket, most többek között a HP elnök-vezérigazgatójának *(Carly Fiorina)*, a Microsoft elnökének *(Bill Gates)* és a Cisco első emberének *(John Chambers)* neve fémjelezte a rendezvényt. A két legnagyobb céges stand az idei World Telecomon a Microsofté és a HP-é volt, de az Intel standja is az élmezőnyben foglalt helyet. (Talán még emlékszünk: az elmúlt évek CeBIT kiállításain csak a Deutsche Telekom vagy a mobilszolgáltatók engedhették meg maguknak, hogy önálló pavilont béreljenek, és amíg beszélhettünk hazai informatikai kiállításról, addig ha kiállított a Matáv, a Westel, a Pannon vagy a Vivendi, bizony árnyékba kerültek a többiek.) Az első trend tehát, amelyet a World Telecom 2003 kapcsán felvázolhatunk: úgy tűnik, hogy a számítástechnika saját recessziójából a telekommunikáció irányába akar kilábolni, át akarja venni (ha még nem vette át) a hatalmat.

az informatikai és távközlési cégek vezetői, hanem a hírközlési, informatikai miniszterek vagy azok megbízottjai is rendre megtisztelik, vagyis a szakmai eszmecsere mellett szabályozási, törvényalkotói munka folyik, a fórumokon napirendre kerülnek a globalizáció vagy a liberalizáció kérdései. A protokoll- és a biztonsági rendszabályok nem meglepőek egy olyan rendezvényen, amelyet egy király (ezúttal *János Károly* spanyol uralkodó) nyit meg, és ahol a fórumokon magas rangú ENSZ-tisztségviselőkbe, kormányfőkbe, miniszterekbe botlik az ember, arról nem is beszélve, hogy ma már Bill Gates vagy Carly Fiorina is kellő létszámú testőrhad védelmében közelíti meg szereplésének színhelyét.

Nekünk azonban nem az a tisztünk, hogy a protokollköröket rójuk (a tudósításnak ezt a felét képes formában oldjuk meg), inkább visszatérünk ahhoz, hogy mi hangzott el ezen a konferencián és kiállításon a mobilitásról a broadbandról és a Wi-Fi-ről.



Carly Fiorina, a HP elnök-vezérigazgatója és Erkki Liikanen európai informatikai biztos együtt nyitotta meg a „Segítsünk a világnak a kommunikálásban" című szekciót

Mobilitás

A 90-es évek elején, közepén még a vezetékes telefon állt a tanácskozások középpontjában. Tíz évvel ezelőtt egy Africa Telecomon az Africa One jelvényét látva először azt hittem, hogy a fekete kontinens is követi az Európai Unió mintáját, de azután kiderült, hogy az egy Afrikát teljesen körülölelő, tengerbe fektetett kábel, amellyel meg szerették volna oldani a telefonellátás tekintetében ma is hátul kullogó földrész felzárkóztatását. Hogy mennyi valósult meg a projektből, nem tudom, de ez ma már nem is érdekel senkit: ezen a világkonferencián mondhatták ki először, hogy a mobilosok lekörözték a fix vonalasokat: 1,13 milliárd fixtelefon-előfizetővel szemben ma már 1,16 milliárd mobil-előfizetőt tart nyilván az ITU (az arányok azóta is napról napra tolódnak el a mobil irányába).

A mobiltelefonok fantasztikusak. Biztosan nincs egyedül tudományával az NTT-csoporthoz tartozó japán DoCoMo cég Foma telefoncsaládja, de ők prezentálták Genfben a leglátványosabban a mobiltelefonokon zajló videokommunikációt. Ráadásul mindehhez október 1-je óta már nemzetközi szolgáltatás is társul: a Foma-előfizetők Japán és az Egyesült Királyság között bonyolíthatnak le videobeszélgetéseket a Hurchinson 3G UK mobiloperátoral megkötött együttműködés révén. De nemcsak videotelefonálásról szól az egyezség: ugyanez a szolgáltatás megengedi, hogy privát, lokális hálózatokba is betárcsázzanak, és onnan 64 kbps sebességgel adatokat olvassanak ki, s töltsenek a Föld túlsó felén található mobiljukba.



A DoCoMo-standon már a megnyitót megelőző sajtónapon bemutatták a 384 kbps sebességű adatátvitelre képes mobilkészülékeket, amelyekkel szinte folytonos képtelefon-üzemmódban folyt a tárvbeszélgetés Genf és Tokió között

Wi-Fi

S ez a hír át is vezet *a Wi-Fi, azaz a drótnélküli hálózatok világába, amely az idei World Telecom másik slágertémája.* A rendezvény akkreditált újságírói számára külön levél jelzi a sajtótáskában, hogy nemcsak a sajtóközpont széles sávú internetkapcsolata áll rendelkezésükre, hanem bárhová is mennek a Palexpo pavilonrendszerében, mindenhol találhatnak hozzáférési pontokat, bárhol rácsatlakozhatnak notebookjaikkal az internetre. Az Intel is azért állított ki, hogy demonstrálja: az Intel Centrino mobiltechnológia gyorsabban terjed, mint bármely korábbi mikroprocesszor-technológia. Bill Gates is azért jött Genfbe, hogy elmesélje: már készül a WPS, a Wireless Provisioning Services, amely megkönnyíti a windowsos rendszerek kapcsolódását a Wi-Fi hálózathoz. A WPS a Windows XP-hez szoftverfrissítésként, a Windows Server 2003-hoz

Service Packként lesz letölthető 2004 első negyedévében. A Microsoft egyébként a World Telecom reflektorfényét használta ki arra is, hogy megállapodást kössön a Vodafone-nal új fejlesztői eszközök kidolgozására.

„Minden fizikai analóg folyamat átalakul digitálissá, virtuálissá és mobillá" – mondta Carly Fiorina, a HP elnök-vezérigazgatója, aki szerint már nem a kapcsolaton van a hangsúly, hanem azon, hogy a vezeték nélküli technológiák miképp teszik az emberek életét jobbá, gazdagabbá, produktívabbá és vidámabbá. A HP nem rukkolt elő ezen a téren távoli víziókkal, megelégedett azzal, hogy egy (igazából két) termékkel, az itt bejelentett iPaq Pocket PC h4150-nel (illetve h4350-es testvérével) illusztrálja, hogy a legkönnyebb, legvékonyabb, Bluetooth- és WLAN-képességgel felruházott pocket-PC miképp könnyíti meg a mindennapokat.

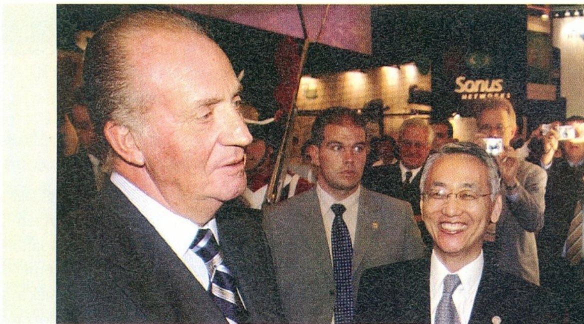
A fórum egyik csúcstechnikai látványossága volt a Wi-Fi „open roaming", amit a HP partnereivel, a Transattal és az Aptillával fejlesztett ki. Ez a hálózatváltási képesség (roaming) lehetővé teszi, hogy egy szolgáltatás – például zene – megszakítás nélkül folytatódjon a laptopon vagy kéziszámítógépen, miközben a gép Wi-Fi-ről automatikusan GPRS-hálózatra vált. Ugyanez az észrevétlen átkapcsolás teszi lehetővé az ésszerű számlázást – hogy csak egyetlen számlát kapjunk, függetlenül attól, hogy milyen hálózatokhoz csatlakoztunk.



Coleen Arnold, az IBM globális kommunikációért felelős igazgatója az új üzleti modellek jövőjéről beszélt

Broadband

Bár sokak szerint az idei év gyorsabb fejlődést produkál a tavalyinál, egyelőre csak azzal az itt nyilvánosságra hozott jelentéssel lehetett teli a Palexpo, hogy 2002-ben 72 százalékkal nőtt a széles sávú internet-előfizetők száma, amely így az év elejére elérte a 63 milliót. Van olyan ország, a Koreai Köztársaság, ahol a lakosság 21 százaléka rendelkezik széles sávú internetkapcsolattal, a második Hongkong kb. 15 százalékkal, a harmadik Kanada 11-gyel. Ehhez hozzátehetjük, hogy bár Magyarország dobogós a növekedési ütemet tekintve, azért a száz lakosra jutó széles sávú kapcsolatok számában még egy alatt vagyunk.





János Károly spanyol király Yoshio Utsumi, az ITU főtitkára társaságában érdeklődve hallgatja az egyik kiállító cég beszámolóját



Bill Gates, a Microsoft elnöke fontosnak tartja, hogy a windowsos rendszerek könnyen kapcsolódjanak a Wi-Fi-hálózatokhoz

A broadband előretörését az elemzők szerint nem lehet megállítani, hiszen megabájt/másodpercben mérve a széles sávú internet sokkal olcsóbb a hagyományos dial-upnál vagy akár a privát networknél, egyes piacokon 111-szeres különbséget is mértek. De nemcsak az ár az ok, hanem az is, hogy mindazt, amit a piac a dot-com robbanás idején az internettől várt (elektronikus kereskedelem, video- és más, igény szerinti rendelések, online alkalmazásszolgáltatás) igazából a broadband mellett nyújtja majd az internet.

Számok

Összegezzük a 2003-as év internetes-informatikai-telekommunikációs olimpiáját néhány számmal! 911 kiállító rakta ki portékáit 26 pavilonban, 51 országot képviselve, és minderre több mint 100 ezren voltak kíváncsiak. 66 ország 1526 akkreditált újságírója 851 médiumot tudósított, amelyek között ott van magazinunk, valamint e sorok írója. A konferencián 375 vállalatvezető és 148 miniszter vagy annak képviselője vett részt, közöttük a magyar informatikai és hírközlési miniszter képviseletében *Pataki Dániel* helyettes államtitkár, aki az Országgyűlés előtt lévő új elektronikus hírközlési törvény tervezetéről beszélt. A konferenciát az ITU főtitkárán kívül a vezető ITC-cégek képviselői is mérföldkőnek minősítették. }

Java a mobilban

A Sun a legnagyobb piacot veszi célba

A Sun Microsystems az ITU által magrendezett genfi World Telecom konferencián bejelentette, hogy a világszerte szállított Java-technológiás mobiltelefonok száma meghaladta a 120 milliót. Ez a szám 35 százalékos növekedést jelent ez év júniusához képest. A szédületes növekedés nagymértékben annak köszönhető, hogy a világon több mint 70 távközlési szolgáltató 200-nál is több Java-technológiás készüléktípust kínál. A fellendülésre alapozva a Sun nemrégiben több jelentős szövetséget kötött.

{ Elsőként említhetjük a China Unicommal és a ZRRT-vel, a vezető kínai mobilszolgáltatóval megkötött egyezményt, amely kimondja, hogy a szövetségesek UniJa márkanév alatt Java-technológiára épülő vezeték nélküli alkalmazásokat és szolgáltatásokat fejlesztenek és terjesztenek a világ legnagyobb mobiltelefon-piacán.

Emellett a TCL Mobile Communications, a vezető kínai mobiltelefon-gyártó vállalat licencjogosítványt kapott a Java 2 Micro Edition (J2ME) technológia használatára, amely nyílt, biztonságos, szabványokra épülő platformot nyújt az új Java-alkalmazások fejlesztéséhez.

Mindezek mellett a Java más területeken is tarol. A mobilfogyasztói piacon elért sikerei mellett a Sun Java-disztribúciós üzleteket kötött a vezető PC-gyártókkal is, ami a világon előállított asztali gépek közel 50 százalékát érinti. Az Apple, a Gateway, a HP, a Samsung, a Toshiba és a Tsinghua Tongfang is kijelentette, hogy a Sun legújabb és legmagasabb kompatibilitású Java-verzióját fogja szállítani.

Sikert sikerre halmoz

A Java napjainkra de facto közös nyelv lett a vezeték nélküli alkalmazások világában. A most kötött megállapodásoknak köszönhetően a Java-technológia licencelésével a vállalatok nyílt, biztonságos, szabványokra épülő platformot kínálhatnak a Java-fejlesztők milliói számára a kínai piacra készülő új Java-alkalmazások fejlesztésére. A China Unicom–ZRRT–Sun szövetség átfogó értékláncplatform létrehozására jött létre, amelynek keretében a részt vevő vállalatok közösen fognak javás szolgáltatásokat fejleszteni az Unicom CDMA 1x-hálózatán. A becslések szerint kezdetben több mint másfél millió CDMA-előfizető élvezheti az új UniJa-szolgáltatások előnyeit. A Sun szállítja azokat a termékeket, programokat és technológiákat, amelyek segítségével a ZRRT kezelni tudja a China Unicom Java-technológiára épülő mobiltartalom-ökoszisztémáját.

Mindezek mellett a kínai mobiltelefon-felhasználók hamarosan új javás készülékeket is vásárolhatnak a TCL Mobile vállalattal kötött licencmegállapodásnak köszönhetően. A világ vezető mobilkészülék-gyártói közül jelenleg is már közel 30-



John Gage, a Sun Microsystems kutatási igazgatója, a Tudományos Osztály vezetője a széles sávú tartalom új modelljeiről tartott előadást

an szállítanak javás telefonokat, ezek közé tartozik a Casio, a Fujitsu, a Hitachi, a Kyocera, az LG Electronics, a Motorola, az NEC, a Nokia, a Matsushita, a Panasonic, a Samsung, a Sanyo, a Sharp, a Siemens, a Sony Ericsson, a Mitsubishi Electric, az RIM és a Toshiba.

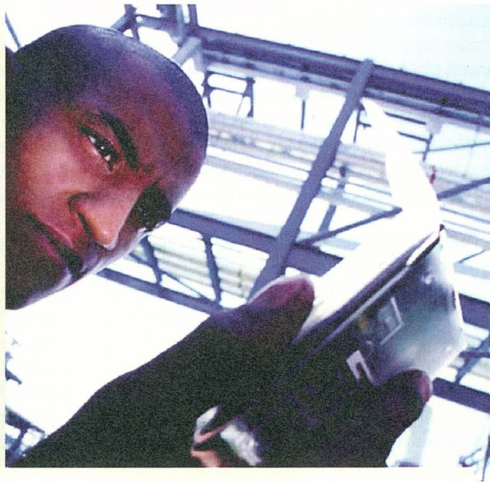
2,5G és 3G

A konferencián a Sun bemutatta a Content Delivery Server és a Java Device Test Suite terméket, valamint a Java

Mobility Advantage Programot, amelynek segítségével a mobilszolgáltatók gyorsabban megjelenhetnek a piacon új fogyasztói és vállalati mobiltartalmaikkal. A bemutatott termékek és a program felgyorsítják a vezeték nélküli adatpiac növekedését, és ezzel serkentik mind a 2,5 és 3G-s készülékek, mind az azok működését lehetővé tevő vezeték nélküli technológia térhódítását.

A Sun Content Delivery Server azoknak a biztonsági kérdéseknek a kezelését segíti, amelyek a mobilalkalmazások „lesugárzásos" (over-the-air, OTA) továbbítása során jelentkeznek. A Java 2 Enterprise Edition (J2EE) architektúrára épülő rendszerrel a szolgáltatók még hatékonyabban felügyelhetik a folyamatosan áramló mobiltartalom – például vezeték nélküli mint értékesítésében segíti a szolgáltatókat és a fejlesztőket a szállítói lánc korszerűsítésével. A szolgáltatók így kézben tarthatják és erősíthetik a fejlesztői közösségekkel, tartalomszolgáltatókkal és készülékgyártókkal fenntartott kapcsolatot. A vezetéknélküli-szolgáltatók választhatnak, hogy a program összes komponensét vagy az adott vezetéknélküli-üzletág speciális igényeinek megfelelő részeket használják fel. Központi eleme a fejlesztői programok létrehozását segítő Sun Developer Network Mobility Program, az iparág által elfogadott tesztelési feltételek szerinti vizsgálatot és minősítést lehetővé tevő Java-tartalomtesztelés, valamint a közös értékesítési és márkanév-tevékenységet biztosító közös Java-értékesítés.





A szédületes növekedés nagymértékben annak köszönhető, hogy a világon több mint 70 távközlési szolgáltató 200-nál is több Java-technológiás készüléktípust kínál. Így a Java napjainkra de facto közös nyelv lett a vezeték nélküli alkalmazások világában

Java-alkalmazás, polifonikus csengőhang, kép-, hang-, video- vagy multimédiás alkalmazás – teljes életciklusát a piacra jutástól a számlázásig.

A Java Device Test Suite egy robusztus tesztrendszer, amely a Java-technológiás eszközök vizsgálatához, minősítéséhez és kiértékeléséhez több mint 4 ezer minőség-ellenőrző tesztet tartalmaz. Ezek teljes körűen átvizsgálják, minősítik és kiértékelik a mobileszközök Java CLDC/MIDP-implementációinak minőségét, teljesítményét és biztonságosságát, felhasználva a Sunnak a telekommunikáció, a vezeték nélküli és a beágyazott eszközök terén szerzett összes tapasztalatát.

A Java Mobility Advantage Program a mobil Java-alkalmazások és -szolgáltatások készítésében, felügyeletében, vala-

Ezzel árhuzamosan a java.com a Java alapú – elsősorban mobil- – tartalom legfőbb központjává lépett elő, amelyen többek között a Sony Pictures Mobile, a Sega vagy a Sorrent játékai, szórakoztató és egyéb szoftverei érhetők el. Az oldalon, amelyet a mobiljátékok még sikeresebbé tettek, 120 nap alatt 190 ország mintegy 19 millió felhasználója kezdeményezte ingyenes Java-szoftverek letöltését. Ez az egyetlen olyan hely, ahol a fogyasztók ingyenesen letölthetik a Solaris(OS), Windows, Linux és Mac asztali rendszereket támogató Java-futtatókörnyezetet (JRE), ugyanakkor elérhető a technológiával kapcsolatos minden információ is. A java.com-mal együttműködő külső fejlesztők így igen gyors és sikeres utat találtak a Java-technológia fogyasztóihoz.



WLAN-ok a mobil-adatátvitelben

Előző számunkban már részletesen ismertettük a széles sávú mobil-adatátvitel lényegét, szabványait, technológiáját, alkalmazásait. A téma folytatásaként most elsősorban az IHM hírközlésért felelős helyettes államtitkárságáról származó információkat osztjuk meg olvasóinkkal, és beszámolunk a WLAN legújabb szabványáról, amely a korábbiak előnyeit ötvözi. Az ezen alapuló eszközök szeptember végétől immár nálunk is elérhetők.

GALVÁCS LÁSZLÓ

{ A Wi-Fi (Wireless Fidelity) rádiós összeköttetési rendszer egyre népszerűbb. Egy szakmai tanácskozáson *Dobreff Csaba* a Siemens ICN-től a nyilvános WLAN-piac rendkívül intenzív fejlődését jósolta. Eszerint világszerte három év alatt megnégyszereződik, azaz 2006-ig a mai 1900-ról 7800-ra nő az úgynevezett hotspotok (lefedett közterületek) mennyisége. Ennél is látványosabb, közel tízszeres lesz a végfelhasználók számának gyarapodása, hiszen amíg Európában ma közel 3 millióan veszik igénybe a széles sávú mobilszolgáltatást, addig ez a szám 2007-re várhatóan meghaladja a 30 milliót. (Meglepő, hogy az USA adatai mindvégig az európai mutatók alatt maradnak, bár a fejlődés üteme hasonló. Az előrejelzés

Szabványos verseny

A ma legelterjedtebb WLAN-technológia a rádiós adathálózatok alapját képezi, és a különböző eszközök kompatibilitását az IEEE 802.11 szabvány biztosítja, amelynek két változata létezik. Az ennek megfelelő termékek azonban csak kompromisszumos megoldást kínálnak. Az IEEE 802.11b szabványnak megfelelő eszközök lassabbak (11 Mbps), de nagyobb a hatótávolságuk: 550 méter. Az IEEE 802.11a szabványhoz igazodó berendezések 54 Mbps sebességre képesek, ellenben hatósugaruk csupán mintegy 100 méter.

Nyugodtan mondhatnánk, hogy az internet-hozzáféréshez bőven elég a 11 Mbps, ennél nagyobb sebességre csak a belső adathálózatok esetében van szükség (ahol jelenleg már a 100 Mbps sebességhatárt ostromolják az igények). Gondot tehát inkább az okoz, hogy a két szabványnak megfelelő eszközök az eltérő frekvenciák miatt nem kompatibilisek egymással. Emiatt aztán a szolgáltatók (és így a felhasználók) válaszút elé kerültek: a nagyobb sebesség vagy a nagyobb hatótávolság a fontosabb?

Úgy tűnik, a piac letette a maga voksát: a 2,4 GHz-en működő, lassúbb (már amennyiben egyáltalán jellemezhető ezzel a 11 Mbps), de nagyobb hatótávolságra képes eszközök terjedtek el jobban. Az Intel is a 802.11b szabványt választotta, és a technológiát integrálta Centrino processzorába. Így a Centrino alapú noteszgépek külön WLAN-kártya nélkül képesek a „nagy sebességű" vezeték nélküli adatátvitelre. A „kisebbik nagy", azaz a 11 Mbps viszont nem elég nagy ahhoz, hogy versenyképes legyen a vezetékes Ethernet-hálózatokkal.

A vezeték nélküli technológia igazi versenyképességét csak az új, az IEEE által idén júniusban minősített 802.11g alszabványnak megfelelő eszközök teremthetik meg.

A szabvány elfogadását követő napon a Belkin cég már be is jelentette „54g" jelzésű termékeit, amelyek teljes mértékben kompatibilisek az új, valamint a „régi" 802.11b szabvánnyal.

A technológia nevében az „54" a sebességre utal, ugyanis ezek az eszközök 2,4 GHz-en optimális körülmények között akár 550 méteres távolságig képes adatokat továbbítani, az első útszakaszon 54 Mbps sebességgel.

A pontos hatótávolság felméréséhez tudnunk kell, hogy a rádiófrekvenciás hálózatok teljesítményét több tényező befolyásolja. Így például a falak vastagsága, a WLAN-termék antennájának karakterisztikája és a közelben működő más, rádióhullámot használó eszközök. A távolság viszont hatással van a kapcsolat sebességére: ahogy távolodunk az adásért felelős hálózati elemtől, a sebesség csökken.

(A Belkin termékeit Magyarországon – a tavaly kezdődött együttműködés értelmében – a Smart Electronic forgalmazza.)

szerint a tengerentúlon a mai 2 millióról 20 millió fölé növekszik a felhasználók száma.)

Ez a nemrég kezdődött, de töretlennek tűnő népszerűség a készülékek, illetve a 2,4 és az 5 GHz-es frekvenciasáv engedélyhez nem kötött használatának, valamint a viszonylag alacsony beszerzési árnak köszönhető. Az eseti mobil-adatátviteli kapcsolatok mellett Magyarországon elsősorban a pont–multipont szerkezetű széles sávú helyi adatátviteli elosztóhálózatokban alkalmazzák. Ennek oka a széles sávú távközlési infrastruktúra országosan egyenetlen eloszlása. Az IHM szakértői szerint a 2,4 GHz-es frekvenciasávban – éppen a szabad, engedély nélküli használhatóság következtében – a kültéri alkalmazás és a nagyobb távolságok áthidalása miatt gyakori az engedélyezett adóteljesítmény túllépése. Ezzel nem az az alapvető probléma, hogy szabálytalan, hanem hogy a sűrűn lakott területeken zavarják egymást a szomszédos rendszerek, ráadásul a jövőben ez várhatóan fokozódni fog, ha változatlanul nem tartják be az előírásokat, az alkalmazások száma pedig tovább növekedik. Amire meg is van minden esély.

Az ismert megoldásokat (Bluetooth, GPRS, WLAN, 3G vagy UMTS stb.) korábban már elemeztük. Hogy közülük a gyakorlatban melyik viszi el a pálmát, azt már csak azért is nehéz megjósolni, mert nem feltétlenül ugyanazt a célt szolgálják, vagy ugyanazt az igényt elégítik ki.

A Wi-Fi a 2,4 GHz-es frekvenciatartományban már jelenleg is elterjedtnek mondható. További terjedését kültéri használata és a megengedettnél nagyobb adóteljesítmény várhatóan korlátozza a jövőben. Az 5 GHz-es frekvenciasáv nagyobb arányú igénybevétele a Wi-Fi terjedését bizonyára fokozni fogja, és egyidejűleg jótékonyan befolyásolja a 2,4 GHz-en jelentkező kölcsönös zavarást.

A GPRS a mobiltelefon iparának és szolgáltatási ágazatának egyfajta kényszerlépése, aminek célja, hogy lehetőség szerint késleltesse a 3. generációs mobilrendszerek belépését, és ezzel megnyújtsa a GSM/DCS technológia életpályáját. (Ezért is nevezik a GPRS-t 2,5 G-nek). Amíg ugyanis a GPRS a már kiépített GSM-rendszereken működtethető, addig a 3G teljesen új technológia, amely új, párhuzamos hálózatok létrehozását igényli.

A GPRS további gyors terjedését azonban a mobilhálózatok forgalmi áteresztőképességének korlátai fékezik (forgalmas órákban a GPRS átviteli sebessége jelentősen csökken, az internet-hozzáférési és a letöltési idő zavaróan megnő). A mobilszolgáltatók hálózatbővítése üzleti megfontolásoktól függ: megéri-e a bázisállomások számát növelni a GPRS-ből származó többletbevétel reményében? (A döntésnél bizonyára számolnak azzal is, hogy a 3G-technológia bevezetését és alkalmazását egy bizonyos időn túl nem lehet tovább halasztani.) Lényeges szempont még az is, hogy a GPRS-t számos előfizető nem a technológia egyik fő sajátosságát jelentő hordozható (mobil) üzemmódban használja, hanem az otthoni, helyhez kötött PC-t csatlakoztatja így az internetre, hiszen ez a megoldás nemritkán olcsóbb.

A harmadik generációs (WCDMA vagy UMTS) mobiltechnológiák bevezetését egyelőre több tényező fékezi. Az igen jelentős beruházást igénylő technológiai váltást ma még nem támasztja alá a fizetőképes kereslet – ezt a korán bevezető országok és szolgáltatók a saját bőrükön tapasztalják. Emiatt a mobilgyártók és -szolgáltatók a meglévő rendszertechnika keretei között végzik el azokat a szolgáltatási többleteket nyújtó fejlesztéseket, amelyekkel markáns beruházás nélkül a GSM/DCS rendszerről „újabb bőrt tudnak lehúzni", miközben az előfizetők a 2,5. generációt „közel 3G-re" való áttérésként élik meg. Mindenesetre ha a felhasználók nem is, de a nemzetközi elvárások előbb-utóbb kikényszerítik a 3G bevezetésének első lépéseit.

A WLAN-ról az IHM-nél is elismerik, hogy valóban nagy adatátviteli sebességet biztosító rendszer. A beltéri használatú HiperLAN/2 54 Mbps adatátviteli sebességével gyakorlatilag minden ma felmerülő széles sávú igény kielégítésére alkalmas. Kérdés, hogy beltéri, nem helyhez kötött alkalmazásoknál van-e tényleges felhasználói igény ilyen rendszerek működtetésére. Magyarán: fogunk-e nyitott laptoppal séta vagy utazás közben a neten lógni?

Ha szeretnénk, akkor a következő kérdés, hogy melyik technológia teszi majd ezt lehetővé.

A gyártók és forgalmazók szükségszerűen gondoskodnak arról, hogy valamennyi használatban lévő, bevezetésre váró vagy elterjeszteni tervezett rendszerre a megfelelő szabványokat kidolgozzák, elfogadtassák, illetőleg honosítsák. Az előzőekben említett rendszerek mindegyike szabványba illeszkedő, vagy ahhoz kapcsolható.

Döntsön a piac?

Igen, ez az Informatikai és Hírközlési Minisztérium álláspontja. A szaktárca alapvető stratégiai célja – mint azt hírközlésért felelős helyettes államtitkárságán is hangsúlyozták – az országban az információs társadalom megvalósítása, a csatlakozás, illetve felzárkózás a nemzetközi trendekhez. Az ehhez kapcsolódó feltételrendszernek kiemelt fontosságú eleme a széles sávú adatátvitel lehetőségének jelentős kiterjesztése, minden számításba vehető alkalmazási módban, így természetesen a nagy sebességű mobil-adatátvitel területén is. Az IHM projektjeinél, pályázatainak kiírásánál kötelező elvként tartja magát a technológiafüggetlen megfogalmazáshoz és szemlélethez. A szaktárca elvárásait a számításba jövő rendszerek és szolgáltatások műszaki, gazdasági, valamint piacképességi szempontjai határozzák meg.

Számos olyan pályázatot indítottak – és még továbbiakat terveznek –, amely a széles sávú átvitel, hozzáférés hálózatainak létrehozására irányul. Ezek többségükben valamely átfogóbb projekt, például a Nemzeti fejlesztési terv vagy a Gazdasági versenyképesség operatív program részei. Utóbbiban szerepel a Széles sávú távközlési infrastruktúra bővítése cím, ami értelemszerűen a nagy sebességű mobil-adatátvitel tematikájára is kiterjed. }

Az év lassan véget ér

Centenáriumi Neumann Kongresszus

2003-ban ünnepeljük az első digitális számítógép megalkotója, Neumann János *születésének 100. évfordulóját. Neumann Jánosnak köszönhetően a komputer forradalmasította mindennapjainkat, és alkalmazása ma már a társadalom életének minden területére kiterjed. A Neumann János Számítógép-tudományi Társaság (NJSZT) a centenáriumi évben országos, fővárosi és regionális eseménysorozat keretében emlékezik meg az évfordulóról. A rendezvénysorozat tetőpontja az október 15. és 17. között Budapesten megrendezett VIII. Centenáriumi Neumann Kongresszus volt.*

„A fejlődés ellen nincs gyógymód" – idézte *Mádl Ferenc* köztársasági elnök, a Neumann-centenáriumi év fővédnöke Neumann János szállóigévé vált mondatát a kongresszus október 15-ei megnyitóján. Az államfő kiemelte: Neumann János írásaiban kifejezte a humánum iránti elkötelezettségét, kitért a tudományos, fizikai és technológiai fejlődés morális kérdéseire is. Mádl Ferenc rámutatott, hogy Neumann kreativitása kiterjedt a gazdaságtan és a társadalomtudományok fontosabb területeire is.

Tovább méltatva a programelvű számítógép feltalálójának életművét, a köztársasági elnök szólt arról, hogy a tudós rendkívüli szerénységgel, emberi-szakmai alázattal csak publikálta, de nem szabadalmaztatta felismerését. Neumann 1957-ben hunyt el, és mint az informatika, a játékelmélet, valamint a meteorológia tudományának úttörője komoly szerepet töltött be az atomenergia felszabadításával kapcsolatos kutatásokban. Mindezek mellett utolsó éveiben sokat foglalkozott a biológiai önreprodukció kérdéseivel. Az első Neumann-elvű számítógépet 1952-ben hozták létre, s ma is ugyanerre az elvre épülnek a komputerek.

Gondolatok

A kongresszus előtt egy nappal sajtótájékoztatót tartott az NJSZT, amelyen megjelent a kongresszusra hazánkba érkezett *Marina von Neumann-Whitman,* Neumann János lánya is.

Marina von Neumann-Whitman kifejtette: büszkeséggel tölti el, hogy édesapja emlékét, eredményeit hazánkban magasra értékelik, és megőrzik. Mint mondta, Neumann Jánosnak két gyermeke volt: ő (Marina) és a tudós által „egyszerű tudományos eszköznek tekintett" tároltprogram-vezérlésű számítógép.

A kongresszuson *Kovács Kálmán* informatikai és hírközlési miniszter elmondta: a Neumann-centenáriumi év programja több mint 40 kiemelkedő rendezvényt foglal magában, amelyek a tudásgazdagság, az információs technológia erejét kívánják a középpontba állítani. Mint mondta, Neumann János nagyszerű tudósgeneráció tagja volt, amely Magyarországot tudós, kiművelt főkből álló nemzetként tette híressé. „A kiművelt magyar fő ismert szerte a világon" – hangsúlyozta Kovács Kálmán, hozzáfűzve: ez adhat belső tartást és muníciót ahhoz, hogy sikeresek legyünk a XXI. században a nemzetek versenyében.

Vizi E. Szilveszter, a Magyar Tudományos Akadémia elnöke szerint „Neumann János életének példaképnek kell lennie minden fiatal számára, nemcsak azért, mert megőrizte anyanyelvét, kultúráját, hanem azért is, mert mindig szeretettel emlékezett Magyarországra, éjszaka is magyarul álmodott."

Szponzori gondolatok

A kongresszus főszponzora, a KFKI-csoport üzenetét *Ludman Lajos* vezérigazgató tolmácsolta. A mai, modern számítógépek alapját jelentő tárolt program elvét a világon először Neumann János írta le Amerikában. Harminc évvel később

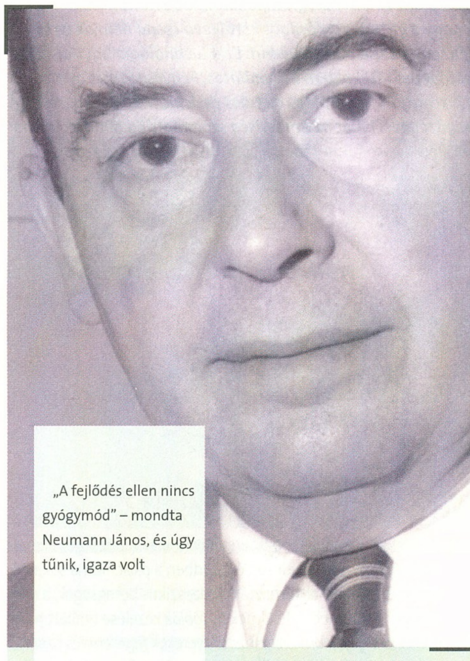
IT-hétpróba

Véget ért a Neumann-centenáriumi év keretében meghirdetett országos vetélkedő, az IT-hétpróba nevet viselő ECDL-verseny.

A döntőbe jutáshoz a versenyzőknek először hét internetes próbát kellett kiállniuk, vagyis a hét alkalommal 4-4 óra alatt kellett minél több ECDL-szerű feladatot megoldaniuk, és az interneten beküldeniük. A döntőbe, amelyre 2003. szeptember 26-án került sor a Puskás Tivadar Távközlési Technikumban, a legtöbb pontot elért ötven versenyző kerülhetett. A tét nagy volt, hiszen aki a helyszínen „éles" ECDL-vizsgakörülmények között valamennyi, immár igazi ECDL-vizsgapéldát helyesen, a nemzetközi követelményeknek megfelelően oldotta meg, nyereményként megkapta az Európai Számítógép-használói Jogosítványt (ECDL), sőt a helyezettek további díjakban is részesültek. Az eredmények tükrében elmondható, hogy nemcsak a tét, de a kihívás is nagynak bizonyult: az ötven versenyző közül mindössze hatnak sikerült mind a hét próbát teljesítenie – míg 16-an csupán egyetlen akadályt nem vettek teljes biztonsággal.

Az ünnepélyes eredményhirdetésre 2003. október 16-án került sor, a VIII. Országos (Centenáriumi) Neumann Kongresszus keretében, a Magyar tudományos Akadémián.

a KFKI népszerű TPA (Tárolt Programú Analizátor) számítógép-sorozata méltán aratott sikert a 70-es, 80-as években mind idehaza, mind az akkori „keleti blokk" más országaiban. A számítógépes kultúra hazai megteremtésében és elterjesztésében a KFKI meghatározó szerepet játszott, ezért vállalta fel a centenáriumi év főtámogatói szerepét. Ludman Lajos szerint az ünnepi év eseményei és a megemlékezések alkalmat adnak a magyar informatika fejlődésének áttekintésére, az örökség számbavételére és a jelen mérlegelésére is.



„A fejlődés ellen nincs gyógymód" – mondta Neumann János, és úgy tűnik, igaza volt

A tudomány jegyében

Alföldi István, az NJSZT ügyvezető igazgatója, a kongresszus szervezőbizottságának elnöke a tudományos szekciók következő témáit emelte ki: szoftvertechnológia, informatikai biztonság, legújabb kutatási eredmények.

A rendezvényen előadást tartott *Benoit Mandelbrot*, Neumann János tanítványa, de voltak más kiemelkedő előadók is, köztük olyanok, akik hazánk fiai, de nemzetközi hírnevet szereztek maguknak. Így például *Bélády László, Lovász László* és *ifjabb Simonyi Károly* – valamennyien jól ismertek –, valamint plenáris előadást tartott *Szász Domokos* akadémikus is. Összességében a tíz szekcióban több mint hetven előadást hallgatott meg a háromszázötven résztvevő.

Centenáriumi év

A centenáriumi év központi eseményén kívül számos más rendezvényre került sor az elmúlt tíz hónapban. A teljesség igénye nélkül érdemes kiemelni a márciusi Internet Fiestát, a májusban megrendezett World Wide Web-világkonferenciát, valamint a júliusban megtartott, az informatikának a mezőgazdaság területén történő alkalmazásával foglalkozó EFITA 2003 konferenciát.

Büszkék lehetünk arra, hogy az NJSZT kezdeményezésére a Magyar Nemzeti Bank (MNB) ötezer forint névértékű ezüst Neumann-emlékérmét bocsátott ki, amely a „Híres magyar tudósok" sorozat újabb darabja.

A fentieken kívül érdemes megemlékezni arról, hogy a centenáriumi évben igen sok versenyre került sor. Az informatikai OKTV (Nemes Tihamér Országos Középiskolai Számítástechnikai Tanulmányi Verseny), a szintén hagyományos Országos Logó Verseny és a Garay diákprogramtermék-verseny mellett az NJSZT az ELTE-vel együttműködve 10–14 éves általános iskolások számára „Kihívás 2003, avagy ismerd meg az Európai Unió országait az interneten keresztül" címmel 3 fordulós versenyt hirdetett meg. Arany fokozatú támogatója az Oktatási Minisztérium és a Matáv Rt., védnöke pedig *dr. Magyar Bálint* oktatási miniszter, *Jürgen Köppen*, az EU magyarországi delegációjának vezetője, valamint *prof. Hámori József*, a Magyar UNESCO Bizottság elnöke volt. Meg kell még említeni az IT-hétpróba elnevezésű országos ECDL-versenyt, amely hét internetes fordulóból, valamint a legjobbak számára helyszíni döntőből állt. Az informatikai írástudást igazoló ECDL-bizonyítványt kaptak mindazok, akik a döntőben a nemzetközi követelményrendszernek eleget tettek.

Ugyancsak a rendezvénysorozathoz kötődve jelent meg *Kovács Győző* könyve Válogatott kalandozásaim Informatikában címmel, valamint *H. H. Goldstine* A számítógép Pascaltól Neumannig című munkája. Neumann János születésének századik évfordulója alkalmából látott napvilágot a Természet Világa folyóirat Neuman-nal foglalkozó különszáma is, amely a VIII. Országos (Centenáriumi) Neumann Kongresszusra jelent meg.

A centenáriumi év főtámogatója a KFKI-csoport, támogatója az IMFA volt. A program összeállításában az NJSZT együttműködött egyéb intézményekkel, szakmai szervezetekkel, egyebek között a Magyar Tudományos Akadémiával, az Informatikai és Hírközlési Minisztériummal, a Bolyai Társasággal, a Neumann János Digitális Könyvtárral és Neumann János nevét viselő egyéb intézményekkel is. }

Kapcsolódó webcímek:
www.neumann-centenarium.hu
www.njszt.hu


VIII. Országos (centenáriumi) Neumann Kongresszus

A virtuális valóság mint terápia?

A virtuális valóság fogalma mindannyiunk számára ismerős. James Bond vagy a StarTrek űrhajó legénysége éppen úgy használta, mint számtalan más film futurisztikus főszereplője. Ám a mindennapokban, több mint húsz év múltán, szinte egyikünk sem találkozott vele. Kevesen tudják, hogy a virtuális valóságot körülvevő csend nem az elmúlást, hanem egy viharos technológiai forradalom előtti szélcsend utolsó perceit jelenti. Ez a technológia ugyanis már nemcsak a filmekben, a katonai szimulációkban és a számítógépes játékokban használatos. Fényes jövőjét nem a NASA vagy az amerikai hadsereg szupertitkos projektjei biztosítják, hanem egy csendes pszichiátriai klinika. Az agy gyógyító potenciálját legkönnyebben a virtuális valóság segítségével lehet az emberiség szolgálatába állítani. Így ha legközelebb háziorvosunk a szokásos pirulák felírása helyett a számítógéphez akar kapcsolni minket, ne idegenkedjünk, inkább élvezzük, ami következik.

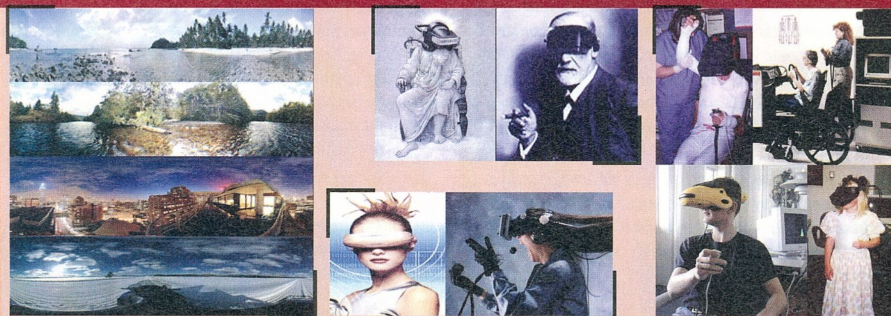
TAKÁCS BARNABÁS

Az agy évtizede

Az emberi agy fantasztikus képességeivel és az abban rejlő gyógyító lehetőségekkel már az ókori kínai és görög orvosok is tisztában voltak. A szellemben és lélekben megjelenő zavarok gyakran vezetnek betegségekhez, amelyeket csak a belső, velünk született egyensúly helyreállításával lehet elmulasztani. A sámánok és a törzsi varázslók, a keleti bölcsek és a filozófiai iskolák követői, valamint a gyógyítás művészetének művelői is ezt az elvet követik. Az agyban rejlő potenciál teljességét azonban csak az elmúlt ötven évben kezdtük tudatosan és tudományosan felfedezni, amikor *Freud, Jung* és sok más orvos munkássága nyomán megalapoztuk a pszichoterápia eszköztárát. Az elmúlt évtizedekben kialakult módszerek – például a hipnózis vagy az autogén tréning, napjainkban pedig a virtuálisvalóság-terápia – olyan új eszközöket adtak a kezünkbe, amelyek a génsebészet, a gyógyító mikromasinák hangos kampánya mellett csendesen, de radikálisan megváltoztathatják az orvoslásról alkotott képünket. Gyakran halljuk, hogy a psziché a testtől, a test pedig a pszichétől függ. De hogyan lehet ettől az ellentmondástól a gyógyítás felé elindulni?

Játék és gyógyítás

A virtuális valóság módszere a technikai nehézségek ellenére nem újdonság. Az elmúlt évtizedben a pszichiátria sok-sok területén sikerrel alkalmazták. A klasszikus betegségek, a *depresszió*, a különböző félelmek és *fóbiák* kezelése mellett használták már *fájdalomcsillapításra*, gyerekek *figyelem-* és *tanulászavarainak* vizsgálatára, illetve kezelésére, sőt *dohányosok* és *alkoholisták rehabilitációjára* is. A módszer sikerének kulcsa a minél valósághűbb képi megjelenésben rejlik. Például



annak a betegnek, aki fél a magasban, egy virtuális lift segítségével újra és újra ilyen jellegű „szédítő" szituációt lehet teremteni, amíg meg nem szokja, és normálisan nem tudja kezelni a helyzetet. Hasonlóképpen azok, akik nem képesek emberek előtt nyilvánosan beszélni, vagy akár másokkal kapcsolatot teremteni (szociális fóbia), egy virtuális előadóban vagy partin gyakorolhatják ezt.

Az alkalmazás másik területe a *fájdalomcsillapítás*, amit súlyos égési sérülést szenvedett gyerekekkel próbáltak ki. A gyerekeket hóval borított virtuális világba helyezték, ahol már a hideg „látványa" is elégnek bizonyult ahhoz, hogy agyuk úgy érezze, fájdalmuk enyhült. (Az eredményt a műszeres mérések is alátámasztották.) Szintén gyerekekkel foglalkozott a *virtuális osztályterem* program, amelyben mozhatóvá válnak reakcióink, bevett szokásaink – a valós élet kockázatai nélkül, orvos által kontrollált és megismételhető körülmények között. A virtuális helyszínek gyakori változtatásával természetesen az is elérhető, hogy ne csupán egy konkrét szimulált környezetet szokjunk meg, hanem a kezelés után a valós életben is szembe tudjunk nézni problémáinkkal.

A 360 fokos panorámaképek különösen hasznos eszköznek bizonyulhatnak a mindennapi, otthoni használat során, például a hangulatok, kedélyállapotok, érzelmek befolyásolásában. Egy hosszú nap fáradalmait valamely távoli, csendes szigeten pihenhetjük ki, a virtuális folyó közepén csónakunkban ringatózhatunk az őserdő madarainak távoli hangját hallgatva, felmehetünk egy New York-i felhőkarcoló tetejére, vagy kiruccanhatunk az Északi-sarkra is.



a tanulással nehezen megbirkózó, figyelemzavaros gyerekeket vizsgálták.

Végül a *kábítószerfüggés* és más *addiktív* betegségek kezelésében is fontos szerephez jut a virtuális valóság. Dohányosok és alkoholisták virtuális bárban történő kezelése során kimutatták: ezzel a módszerrel fokozatosan elérhető, hogy a betegek megtanuljanak ellenállni azoknak a körülményeknek, szituációknak (például egy nyitott sörös üveg vagy egy csomag cigaretta közelsége), amelyek erős vágyakozást váltanak ki belőlük.

Hogyan működik?

A *virtuálisvalóság-terápia során szintetikus 3D-elemek, panorámafényképek és videók* segítségével elérjük, hogy a beteg úgy érezze, jelen van egy adott helyszínen. A teljes jelenlét élménye elhiteti az aggyal, hogy nem az orvosi rendelőben, hanem máshol vagyunk. Más szóval a virtuális valóság segítségével a klinika elhagyása nélkül olyan világokba kerülünk, amelyek nyugalmat árasztanak, feladatok elé állítanak minket, esetleg éppen félelmeink legyőzését segítik elő. Ily módon átprogra-

Hardverforradalom és társadalombiztosítás

A virtuálisvalóság-terápia széles körű elterjedését meglepő módon a számítógépes játékok térhódításának köszönheti majd. A grafikus kártyákat, illetve személyi számítógépeket gyártó cégek ugyanis olyan „fegyverkezési versenybe" kezdtek, amelynek győztesei csakis a fogyasztók lehetnek. Egy ma átlagosnak tekinthető otthoni gép grafikai teljesítménye vetekszik az 5-10 évvel ezelőtti szuperszámítógépekével. A közeli jövőben lassan az otthonokban is megjelennek az olcsó, fejre szerelhető virtuálisvalóság-szemüvegek, a hardverháború csatazajának elültével pedig olyan eszközök maradnak a kezünkben, amelyek új, ma még talán el sem képzelhető szolgáltatások bevezetéséhez teremtik meg az alapokat. Így lehetséges, hogy a PlayStation nem a karácsonyfa alá fog kerülni, hanem a sarki patika polcára. Bosszankodni pedig csak azon fogunk, hogy az árát miért nem téríti meg százszázalékosan a társadalombiztosítás. }

Stigma

Azokat a sebeket, amelyek Krisztus testén keletkeztek keresztre feszítése során, stigmának nevezik. Elsősorban a kezébe-lábába vert szögek helyét, a közvetlen halálát okozó, oldalába szúrt dárda nyomát és a töviskoszorú okozta fejsebeket hívják így, de sok későbbi stigmatizálton megjelentek a korbácsütések vagy a vállon vitt kereszt nyomai is. Egyeseken gyűrűnyom szintén megfigyelhető volt, ami a Krisztussal való jegyességet jelzi (1.).

SZENDI GÁBOR

Assisi Szent Ferenc

A hagyomány szerint az első stigmatizált *Assisi Szent Ferenc* volt, bár már *Szent Pál* is tett homályos utalást arra, hogy megjelentek rajta ilyen jegyek (2.).

Szent Ferenc gazdag családban született, s sokáig vidám, dorbézoló életet élt, rangra és dicsőségre vágyva. Volt egy-két különös álma, de ezzel akkor még nem sokat törődött. Egyszer azonban egy misén, amely a gazdagságot és a földi hívságokat ostorozta, úgy érezte, hogy mindez személy szerint neki szól, megtagadott hát minden földi hívságot, és durva ruhába öltözve téríteni indult (3.). Hosszú, kalandos utazásokkal teli időszak után 1224-ben La Vernába tért meg három kísérőjével. Egyikük, *Leo* testvér később részletesen leírta az eseményeket. Érkezésükkel hosszas böjtölés és ájtatoskodás vette kezdetét. Leónak egy éjszaka az a félelme támadt, hogy Ferencet halva találja, így bekukucskált a kunyhójába, és megpillantotta őt, amint térdel, és a mennyek felé tárt karokkal imádkozik. Hirtelen fényesség támadt Ferenc feje körül, s egy hang is hallatszott, de hogy mit mondott, azt Leo nem értette. Elszégyellte magát, és el akart osonni, de egy ág megreccsent a lába alatt. Ferenc felpattant, láthatólag várt valakit, és a siránkozó, bűnbánatos Leót elküldte a Bibliáért, hogy abból tudják meg az Úr akaratát. Leo háromszor nyitotta ki a Bibliát, s mindannyiszor a passiónál nyílt ki a könyv. Ferenc ebből megértette az Úr akaratát, és azért könyörgött, hogy átélhesse Krisztus szenvedéseit. Hajnal felé hirtelen vakító világosság támadt, egy szeráf (hatszárnyú angyal) tűnt fel, s Ferenc lábán és kezén hirtelen sebek jelentek meg, oldalát pedig mintha lándzsa döfte volna át. Majd a lángoló alak beleolvadt Ferencbe, aki nagyot kiáltva, eszméletét veszítve omlott a földre (4.). Öt seb jelent meg a testén. Kerek, fekete dudor látszott a tenyerén, mintha a szög benne lenne a kezében, és kézfejeiből egy visszagörbített szöghegyszerűség állt ki (5.). Lábán hasonló stigma volt, a szög feje a lábfejéből állt ki. Teste jobb oldalán lándzsaszúrás helye éktelenkedett, a seb gyakran vérzett, ilyenkor reverendáján vérfoltok jelentek meg. A sebek sok szenvedést okoztak neki, amihez még hozzáadódott megromlott egészségi állapota – ekkor már szinte vak volt.

Assisi Szent Ferenc korának másik híres stigmatizáltja *Sienai Szent Katalin*, akinek kezdetben látható stigmái voltak, de mert alázatosan kérte az Úrtól, hogy azok váljanak láthatatlanná, eltűntek, csak a szenvedés maradt meg neki (6.). Egy másik, a XVI. században élt Szent Katalinról feljegyezték, hogy stigmái periodikusán jelentek meg, s mindig csütörtök déltől péntek délután négy óráig tartottak.

Dr. Imbert a XX. század elején összegyűjtötte az összes addig feljegyzett stigmatizáltat, és összesen 321-et vett lajstromba. Érdekes módon közülük mindössze 41 volt férfi (6.)!













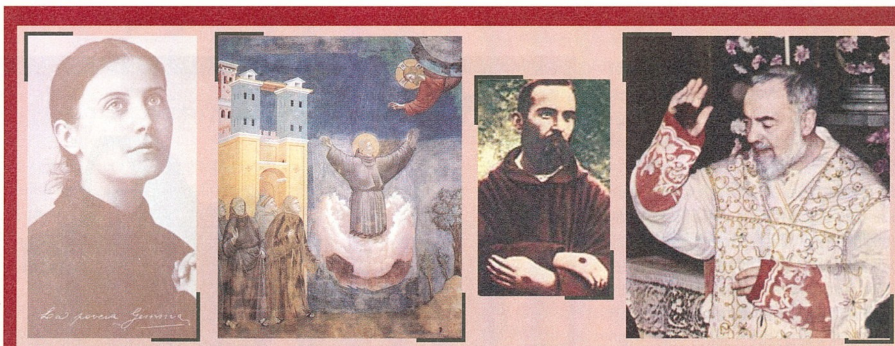
Stigma és gyanakvás

Természetesen a középkori eseteket tudományosan még nem vizsgálták, hitelességük abban áll, hogy a történteket sokan látták. Maga az egyház is erős kétkedéssel állt hozzá a stigmákhoz. Nem alaptalanul: például *Magdalena de la Cruz* 1543-ban a halálos ágyán bevallotta, hogy stigmái tudatos csalások voltak. *Maria de la Visitaciont,* „Lisszabon szent apácáját" az inkvizíció megvizsgálta, s nem hagyományos kínzóeszközeivel, hanem egyszerű lemosással bizonyította be, hogy a nővér csak magára festette a stigmákat (2.). A XIX. század racionalizmusánk fényében még kevésbé tűnt szentségtörésnek egy-egy eset tüzetesebb vizsgálata.

újabb vizsgálat következett, a halálos beteget átszállították egy nagy terembe, ahol három héten át éjjel-nappal figyelték, lelkileg is gyötörték, hogy vallja be a csalást, de a stigmák makacsul igaznak bizonyultak.

A patikusok védőszentje

Egy másik ismert és tüzetesen megvizsgált eset *Gemma Galganié,* aki ma a patikusok védőszentje. Már ötévesen mély rajongást érzett Isten iránt, egyfajta személyes kapcsolatot teremtett vele egész életére. Még húszéves sem



volt, mikor súlyosan megbetegedett, megsüketült, haja kihullott, gerince meggörbült, végtagjai megbénultak. *Szent Gábriel* élettörténetét kezdte olvasgatni, és hozzá imádkozott. Halálos ágyán fekve egy éjszaka megjelent neki Szent Gábriel, és Gemma egy hét múlva meggyógyult (9.). Nővérnek akart beállni különböző egyházi rendekbe, de elutasították, talán gyanúsan csodás gyógyulása miatt (10.). Egy este ima közben megjelent neki Jézus, akinek sebeiből lángnyelvek csaptak ki, amelyek megérintették Gemma kezeit, lábait és szívét. Sok szemtanú leírása maradt fent, aki látta, ahogy a vér folyamatosan folyik a kezéből és a lábából.

Gemma sebei minden csütörtök este nyolc órától péntek délután háromig intenzíven véreztek. Felnyílásuknak semmiféle fizikai előjele nem volt – írja *Germano* atya –, egyedül Gemma önkívületi állapota. A kézfején hosszúkás, a tenyerén pedig kerek seb nyílott meg fokozatosan (8.). Amikor a vérzés péntek délután abbamaradt, a sérülések szépen becsukódtak. A lábon lévők nagyobbak voltak, és olyan mintázatot mutattak, mintha a jobb lábfejet ráhelyezték volna a balra, majd egyetlen szöggel ütötték volna át. Más alkalommal *Gaetano* atya, aki nem hitt Gemmának, az eksztázis alatt lemosta a lány sebeit, amelyek egy pillanat múlva ismét vérezni kezdtek (5.).

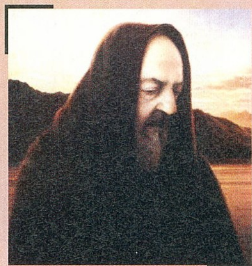
Anne Catherine Emmerich

Anne Catherine Emmerich 1774-ben született, szegény paraszti családban, s egész gyermekkora és ifjúsága erős vallásos buzgalomban telt el. Látomásai voltak, kegyes és önfeláldozó életet élt, egészsége viszont gyenge lábakon állt. Különféle kolostorokban dolgozott cselédként, ahol nemigen szerették, mert buzgalma és eksztatikus imái kontrasztba állították őt a kevésbé buzgó nővérekkel (7.). 1813-ban aztán ágynak esett, és stigmák jelentek meg rajta: fején a töviskorona okozta sérülések, mellén egy vörös kereszt, kezén-lábán pedig sebek. Szigorú vizsgálatot rendeltek el, három orvos is megnézte, de a stigmákat valódinak találták. *Von Droste* lelkész két orvos kíséretében nagyítóval vizslatta a jeleket. Megállapította, hogy a vér a sértetlen bőrön át tör utat magának, és amikor letörölte, az lassan ismét megjelent (8.). Catherine fejéből folyamatosan szivárgott a vér, átitatva párnáját és hálóingét. Később az Úr meghallgatta imáit, és 1818-ban kezén-lábán beforrtak a sebek, de a többi megmaradt. Nagypénteken azonban az összes stigma megnyílt, és újból vérezni kezdett. Ekkor

Louise Lateau

Louise Lateau 1850-ben született, és életét egy kis belga faluban töltötte (6.). Tizenhat éves volt, amikor kolerajárvány tört ki, és ő ápolónőnek jelentkezett egyházközségében, ahonnan már szinte mindenki elmenekült, aki csak tudott. Tizennyolc évesen eksztázisba esett, és stigmák jelentek meg rajta. Számos orvos vizsgálta meg pénteki eksztázisai alatt, s mind állította, hogy sebeit nem maga okozza. Rafinált trükkökkel próbálták megakadályozni a feltételezett önsértést, de a sebek mindig megjelentek, és véreztek (6.). Amikor azokat szárazra törölték, a vér a bőrön átszivárogva ismét megjelent. Egy korabeli megfigyelő így írja le a látottakat: „Minden csütörtök reggel egy rózsaszín, ovális folt jelenik meg a kézfejen és a tenyéren, míg a lábfejen egy rózsaszínes négyszög. Nagyítóval vizsgálva a bőr felszíne sértetlen. Csütörtök délre egy hólyag keletkezik a rózsaszín foltokon, amely tiszta vérsavót tartalmaz. Csütörtök éjjel egy körül a hólyagok felszakadnak, és vérezni kezdenek. A vérveszteség egy stigmaesemény alatt kb. 3-4 deciliter. A vérzés szombatra megszűnik. Mindeközben Louise eksztatikus állapotban van, s arcán a szemlélődéstől a bűnbánat okozta szenvedésig mindenféle érzelem megjelenik. Louise beszámolója szerint eksztatikus állapota ragyogó fénnyel kezdődik, azután különféle alakok mennek el mellette, majd megjelenik a keresztre feszítés teljes jelenete. Látja Krisztust, látja a sebeit, a töviskoszorút, az apostolokat és a zsidókat. Látomásai alatt alig eszik" (11.).





Pio atya

Francesco Forgione, vagyis *Pio* atya a XX. század egyik híres stigmatizáltja. 1999-ben avatták szentté. Szegény paraszti családból származott, már ötéves korában az volt az álma, hogy szerzetes legyen. 1910-ben avatták pappá (12.). Állandó betegeskedése miatt hat évig falujában élt. 1916-ban katonai papi szolgálatra sorozták be, ahonnan tüdőbántalmak miatt 1918 tavaszán elbocsátották. Ekkor felettesei a San Giovanni Rotondó-i kapucinus kolostorba küldték, ahol azután élete végéig élt (13.). 1918 augusztus 5-én elmélyült imája közben különös alak jelent meg, s hirtelen úgy érezte, oldalát átszúrták, mint Krisztusét (14.). Szeptember 20-án ismét furcsa dolog történt, amit Pio atya úgy írt le, hogy a mise celebrálása után hirtelen nagy álmosság tört rá, minden külső és belső inger eltávolodott tőle, s hihetetlen nyugalom és béke töltötte el. Ekkor az a rejtélyes alak jelent meg előtte, aki korábban is, de most keze, lába és oldala vérzett. Megrémült, s úgy érezte, menten meghal, ha az Úr nem erősíti meg szívét. Aztán a látomás eltűnt, és Pio atya ráébredt, hogy keze, lába és oldala vérzik (15.). Kezdetben egyáltalán nem örült ezeknek a stigmáknak, Babitscsal szólva „rühellte a prófétaságot", s azért imádkozott, hogy szűnjön meg az állandó rettenetes fájdalom és vérzés. De a sebek véreztek tovább, és ez ötven éven át, haláláig így is maradt. A sebek soha nem gyógyultak be teljesen, de el sem gennyesedtek. 1919-ben nagy vizsgálatok kezdődtek, több patológus és orvos megvizsgálta az atyát, s megállapították, hogy a sebek nem mesterséges manipuláció termékei (8.). Az egyház nem nagyon tudott mit kezdeni Pio atyával, megtiltották, hogy nyilvánosan misét tartson és levelekre válaszoljon. De a csoda híre elterjedt, s zarándokok hada indult meg felkeresni őt: napi tíz-tizenkét órában gyónásokat hallgatott, évente vagy huszonötezret. Az atya körül tanítványok és hívek ezrei gyülekeztek, ami világméretű mozgalommá dagadt. Rendkívüli képességeiről regélnek, állítólag képes volt olvasni mások lelkében, és bizonyos dolgokat meg tudott jósolni. 1947-ben egy pupilla nélkül, vakon született kislánynak visszaadta a látását. Képes volt arra is, hogy egyszerre két helyen legyen: miközben ott volt kolostorában, közben máshol is járt. Mikor 1968-ban, 81 évesen meghalt, temetésén százezer ember vett részt.

Pio atya tenyerén és kézfején szinte folyamatosan vérző, mély nyílás volt látható. Az orvosok vitatkoztak azon, hogy a két seb között van-e átjárás, magyarán hogy a kezén van-e egy lyuk (5.). *Dr. Romanelli* két oldalról belenyúlt a sebbe, és állította, hogy ha kicsit még erőlteti az ujjait, azok találkoztak volna, de ezzel akkora fájdalmat okozott volna Pio atyának, hogy lemondott róla. Egy patológus, *Bignami* professzor felszíninek ítélte a sebeket, de kizártnak tartotta, hogy mesterségesen idézték volna elő azokat.

Az egyház 1923-ban kijelentette, hogy Pio atya sebei nem csodás eredetűek, bár azt sem állította, hogy csalás termékei. Mindenesetre igyekezett elszigetelni Piót a híveitől. A háttérben egy később pedofíliával megvádolt, ezért kicsit hiteltelenné vált érsek mesterkedései is álltak, aki azt állította, hogy Pio sebe időnként karbolszagú volt, máskor meg kölniillatú. A kétkedők szerint Pio atya karbolsavval frissítgette sebeit

egészen haláláig (5.). Közvetlenül halála előtt a sebek hirtelen felszívódtak (13.), amit a kétkedők úgy magyaráznak, hogy már nem volt ereje őket „karbantartani".

A csalásnak azonban több dolog ellentmond. Pio nem tekintette csodának a sebeit, nem mutogatta, inkább szégyellte, rejtegette, sőt orvosokkal kezeltette azokat, ám nem múltak el. A sebek élete során a kezén „rossz" helyre vándoroltak, ami inkább bizonyítja azok spontán keletkezését, mint a tudatos csalást. Ha valaki csalni akar, az ott idézi elő a stigmát, ahol az leginkább imitálja Krisztus sebeit.

Általános megfigyelés, hogy a stigmák ellenállnak az orvosi kezeléseknek, és soha nem figyelhető meg rajtuk semmiféle fertőzés vagy rákos elfajulás. A sebekből szivárgó vér mindig tiszta, és nem bocsátanak ki kellemetlen szagot, sőt olykor finom illat árad belőlük.

Egy lehetséges magyarázat

Az isteni eredetet sem vitatni, sem igazolni nem lehet, ezzel tehát nem foglalkozunk. Mindenesetre érdemes megjegyezni, hogy nemcsak katolikus stigmatizációról tudunk, hanem a muszlimok között is ismert a jelenség, rajtuk *Mohamed* csatában szerzett sebei szoktak megjelenni (1.).

A természettudományos magyarázatok egyik módszere a csalás bizonygatása. Ez persze nem más, mint a jelenségek egyszerű tagadása. Ebből azonban az következne, hogy az egyszerű parasztlánytól a szent emberig csupa ügyes csalóból és bűvészből áll a stigmatizáltak listája.

Akik a jelenséget elfogadják, egyik magyarázatként a „véres verejték" elméletét hozzák fel. A történelem során rengeteg esetet írtak le, amikor egy személy félelmében, dühében vagy egyéb szélsőséges érzelmi állapotában vért, de legalábbis valami vérszerűt izzadt ki, vagy könnyezett (6., 11.).

Sokan a hipnotikus jelenségeket hívják segítségül magyarázatként. Kétségtelen, hogy a hipnózis története elég sok csodás gyógyulást produkált, ami szintén arra utal, hogy rendkívül komoly testi hatásokat lehet elérni a képzelet mozgósítása révén. A hipnózis és a hisztériás jelenségek világa szoros kapcsolatot mutat, erre már *Charcot* rámutatott.

Tehát egy harmadik, a legvalószínűbb magyarázat az emberi szuggesztibilitással, illetve a test és a lélek közötti, hisztériásoknál tapasztalható „átjárással" hozza kapcsolatba a stigmákat (11.). A hisztériás jelenségek vagy modernebb elnevezéssel szomatizálások valójában szinte bárkinél megjelenhetnek, például komoly stressz hatására.

Charcot, majd *Freud* is felfigyelt arra, hogy a hisztériás bénulások, érzéskiesések, megvakulások, megnémulások és egyéb, súlyos neurológiai betegségeket imitáló tünetek mindig a szerint alakulnak ki, amit a páciens a betegség jellegéről tud vagy képzel. Így például féloldali hisztériás bénuláskor mértani pontossággal az egyik testfél szokott megbénulni, mert az átlagember nem tudja, hogy a féloldali bénulás nem így „működik".

A hisztériás jelenségek kapcsolata az ismeretekkel azért fontos a stigmák megértésében, mert számos stigmatizáltnál kimutatható, hogy a krisztusi sebekről való.tudása befolyásolta a stigmák jellegét. Egyik híres példa *Theresa Neumanné,* aki a XX. század híres stigmatizáltja volt. Kezdetben kezein a sebek kör alakúak voltak, majd amikor tudomást szerzett arról, hogy a rómaiak négyszög alakú szögeket használtak, kézsebei átalakultak (2.).

Az erős motiváltság is megfigyelhető: a legtöbb stigmatizált vágyik arra, hogy átélhesse Krisztus szenvedéseit.

Pio atya stigmáit illetően különös, hogy nála a dárda okozta seb bal oldalon jelent meg, miközben a krisztusi oldalstigma jobb oldalon van. Az is ismeretes, hogy az újabb régészeti vizsgálatok szerint a szögeket keresztre feszítéskor nem a kézfejbe, hanem a csuklóba verték, s a huszadik század második felében megfigyelt stigmatizáltak között megszaporodtak a csuklósebek (2.).

A hisztériás vonalat erősíti az is, hogy majd mindegyik stigmatizált különös, sokszor tisztázatlan betegségekben szenvedett, és a stigmák megjelenése sokszor egybeesett csodás gyógyulásokkal. A vérzés a legtöbb stigmatizáltnál péntekre erősödött fel, ami tudattalan időzítésre utal. Végül az is feltűnő, hogy a stigmatizáltak között hétszer több nőt találunk, s a hisztéria jellegzetesen női betegség.

A stigmatizáció persze mégiscsak több egyszerű hipnotikus vagy hisztériás jelenségnél – ez utóbbiak inkább lehetséges értelmezési modellek. A sokféle jelenség és modell mögött azonban az ember áll, eddig fel nem tárt képességeivel és lehetőségeivel. }

Kapcsolódó webcímek:

1. *www.forteantimes.com/articles/162_padrepio.shtml*
2. *www.findarticles.com/cf_0/m2843/4_24/63693003/print.jhtml*
3. *www.newadvent.org/cathen/06221a.htm*
4. *www.cin.org/franstig.html*
5. *www.angelfire.com/rebellion/stigmaticsorcery*
6. *www.newadvent.org/cathen/14294b.htm*
7. *www.newadvent.org/cathen/05406b.htm*
8. *www.arthursmithphd.com/chapter7.htm*
9. *www.stgemma.com*
10. *www.scborromeo.org/saints/gemma.htm*
11. *www.worldwideschool.org/library/books/tech/medicine/AnomaliesandCuriositiesofMedicine/chap9.html*
12. *www.stthomasirondequoit.com/SaintsAlive/id266.htm*
13. *www.mexicohotels.com/padrepio*
14. *www.capuchinfriars.org.au/padrepio.htm*
15. *www.padrepio.com/app2.html*

Kiadványok kezdőknek

Az Internet Kalauz 1996 februárjában foglalkozott azzal, hogy miképp kell megtenni a világháló használatának első lépéseit. Bár a magazin folyamatosan próbált szólni a kezdőkhöz is, egy újság nem ismételheti önmagát: az, ami az elmúlt hónapban megjelent, nem közölhető még egyszer. Pedig hát a kezdő attól kezdő, hogy most kezd ismerkedni az internettel, esetleg épp ezért ma vásárolja meg az első internetes újságot is, és csalódik: őt bizony ez a haladóknak készült magazin nem nagyon kalauzolja...

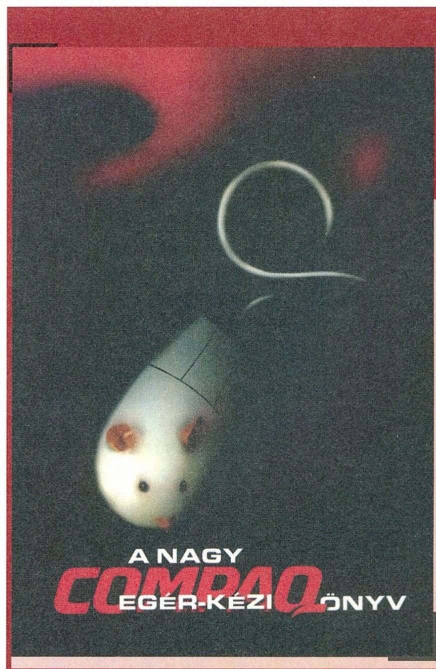
{ A kezdeti lépéseket nem egy folyóirat, hanem egy alkalmi kiadvány, füzet vagy könyv tudja összefoglalni, amely ha elfogy, akár újra megjelenhet, kielégítve az új igényeket. Hogy van-e, lesz-e ilyen igény? Nos, év elején nyolc magyar közül csak egy internetezett rendszeresen. Ma is mindössze húsz százalék körül lehet az internetezők aránya, vagyis bár gyorsan növekszik a számuk, tízből nyolcan még mindig nem használják a világhálót. A számok tehát azt mutatják, hogy igény van, és lesz is!

Mégsem hemzsegnek a boltokban a közérthető, egyszerű, hétköznapi felhasználóknak szóló kiadványok. Illetve a közelmúltban megjelent kettő is, mintegy késői folyatatásaként annak, amelyet a Compaq megbízásából még 1998-ban szerkesztett *Vámos Miklós* író. A következőkben ama régi és a két új kiadványt ismertetjük, mintegy kedvet csinálva olvasásukhoz, esetleg további hasonlók írásához, kiadásához is.

Egerek és emberek

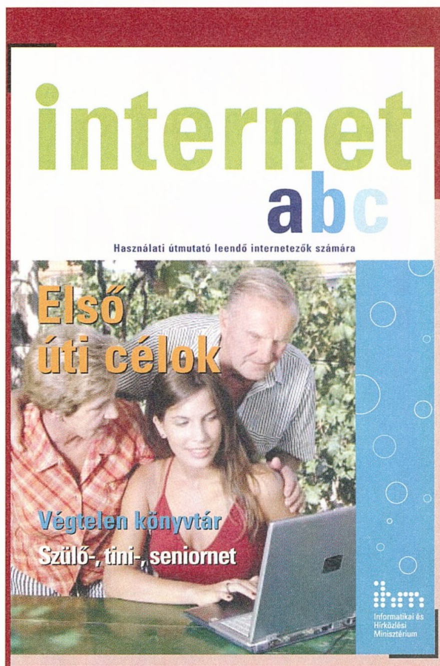
Vámos Miklós Nagy egér-kéziQönyve nem szerepel sem az író, sem az AB OVO Kiadó bibliográfiájában, pedig igazán példaértékű tett volt a HP által időközben megvásárolt számítógépgyártó magyar leányvállalatától, hogy komputerei mellé ezt a könyvet adta – a megjelenés utáni néhány hónapban – „egéralátétnek". (A példát most az Axelero követi, amely új ADSL-előfizetőit ajándékozza meg *Pohly Ferenc* Kattintókönyvével – érdekes véletlen, hogy még a címek is hajaznak egymásra...)

„Valamikor a hatvanas években ugyanúgy ismerkedtem az autóval – egy másik, ma már mindennapivá vált eszközünkkel –, mint húsz évvel később a számítógéppel" – írja Vámos. „Első járművem egy Trabant 601 Combi volt, gatyakék, *de luxe*. Kevéssel az után, hogy e használt kocsit megvásároltam, büszkén elindultam, hogy én legyek az országutak királya. Hamarosan érzékeltem, hogy a motor ezt nem szeretné: akadozott, köhögött, rángatott. Akkor még nem tudtam, e jelenség trabantos körökben jól ismert: „egyhengerezik" az autó. Minek folytán én, a száguldás szerelmese, óránként tizenhat kilométeres sebességgel, buja füstfelhőket eregetve araszoltam előre, attól félvén, rögtön lefullad a motor. Amint ez megtörtént, kivettem a kesztyűtartóból a szakmunkát, melyet már az autóvásárlás napján beszereztem: ÍGY GONDOZD A TRABANTODAT! E művet természetesen szakember írta. Hamar megtaláltam a vonatkozó fejezetet, mi a teendő lefulladás esetén. Először is meg kell nézni a gyertyákat, és amelyik „be van köpve", azt ki kell cserélni. Fölnyitottam a motorháztetőt, s a könyv szemléltető fotója alapján hamar rátaláltam a két gyertyára. Megtapogattam őket. Az egyik jéghideg volt, a másik tűzforró. Világos, gondoltam. Ugye, a villanykapcsoló is csak akkor melegszik, ha elromlik. Tehát kicseréltem a forró gyertyát (nem kis büszkeséggel jegyzem meg, hogy volt nálam pótgyertya). Majd ugyanúgy egyhengerezve, le-lefulladva lekínlódtam magam a következő benzinkúthoz..."



Vámos Miklós később tüzetesen átlapozta a Trabant-kézikönyvet, de nem talált benne utalást arra, hogy a hidegség jelzi azt, hogy a gyertya nem üzemel, szakember erre nem is gondol. Rendszergazdánk is így járt, amikor a számítógép-vásárláshoz őszülő fejjel eljutó újságíró kollégánknak próbálta elmagyarázni a számítógépes szövegszerkesztés rejtelmeit. Már-már úgy tűnt, hogy a kolléga mindent ért, kezelgette szépen az írógépre emlékeztető tasztatúrát, majd feltett egy kérdést: és az a nyilacska mit keres a képernyőn? Rendszergazdánk csak azt az aprócska tényt felejtette el elmagyarázni, hogy miképp vezérelhetjük az egérrel a számítógépet, ez ugyanis neki természeteses volt, éppúgy, mint a Trabant-kézikönyv szerzőjének, hogy nem a meleg gyertyát kell kicserélni.

Vámos Miklós könyvének témája inkább a számítástechnika, semmint az internet, de a sztorik szereplői között már ott is akad olyan (pl. *Korniss Péter),* aki megadja weboldalának elérhetőségét (www.webdesign.hu/pkorniss – még ma is ez a cím!).



Kezdőlépések

Időrendben az idei BNV-re megjelent és rövidesen a postahivatalokban, teleházakban is hozzáférhető Internet-abc (www.internet-abc.hu) a következő kiadvány. A füzet, amelyet az IHM megbízásából az Internet Kalauz csapata szerkesztett, a felnőttkorúak internettel szembeni gátlásait próbálja oldani. A szerzők és a szerkesztők úgy vélték, hogy a mai számítástechnika nem ott tart, ahol egykoron a Trabant de luxe, hanem ott, ahol egy fedélzeti komputerrel is ellátott, tisztes, középkategóriájú XXI. századi autó, amelyben nemhogy „egyhengerezés" nincs, de a vezetőnek azt sem kell tudnia, hogy mi van a motorháztető alatt: elegendő elolvasni a fedélzeti komputer üzenetét, hogy mikor kell kötelező (vagy éppen rendkívüli) szervizre vinni a kocsit.

Vágjunk bele! – mondja a miniszteri ajánlást követő első cikk címe. „Ma Magyarországon szinte minden lakóház néhány kilométeres körzetében található olyan hely, ahol működik számítógép, és az internetkapcsolat is él! Ez lehet az iskola, a munkahely, a szomszéd lakása, de többnyire akad olyan nyilvános hely is, ahova bárki bemehet, és ingyen vagy nagyon kis költségért egy órát internetezhet."

Ez a füzet tehát nem onnan kezdi, hogy installáljunk egy számítógépet, hozzuk létre az internetkapcsolatot, és azután valahogy jussunk el az első weboldal letöltéséig, hanem azt javasolja, hogy ahol már van bekapcsolt számítógép és élő internetkapcsolat (netán letöltött weboldal is), ott kezdjük, ott tanuljuk meg a keresést a weben vagy a kapcsolatépítést. Található a füzetben jó néhány webcím is, de ennél sokkal értékesebb az a sok száz valódi utca-házszám, amely a nyilvános internetezőhelyek elérhetőségeit adja meg (természetesen a teljesség igénye nélkül) az ország különböző pontjain. Csak amikor az ember már tudja, mit kaphat az internettől, érdemes foglalkozni azzal, hogy legyen-e otthon számítógép, és mindezek után lehet nekiállni feltérképezni, hogy mit nyújthat az otthoni internetezés. A kiadvány ezt a sorrendet követi: a füzet közepén túl következik a számítógép-beszerzés bonyodalmainak ismertetése, az internetkapcsolat leírása, és a legeslegvégére szorultak azok a magyarázatok, amelyek a komputerrel és az internetezéssel kapcsolatban elkerülhetetlenek.

Csak kattintsunk!

Az a dilemma, hogy mit és mikor kell tudnia annak, aki nem szakember, hanem csupán élvezni, használni akarja az internetet, előjön Pohly Ferenc Kattintókönyvében is: „Mérnök barátommal régóta perlekedünk azon, hogy mitől ég a lámpa. Ő azt hajtogatja folyton, hogy a wolframszál atomjai a szabadon áramló elektronok lökdösődése miatt felhevülnek, s emiatt fotonokat bocsátanak ki a látható fény spektrumában – ettől ég a lámpa. Szerintem meg attól, hogy felkapcsolom."

Ennek ellenére Pohly szerint jól jár, aki nem hagyja ki a világháló technikai hátteréről szóló fejezeteket. A három említett kiadvány közül a Kattintókönyv merül a legmélyebbre az ismeretekben, ám mindezt ügyesen adagolja: a szórakoztató könyvben sokszor találunk olyasféle szófordulatot, hogy „ezt higgyék el nekem" – végül is a televízió működését sem kell ismernünk ahhoz, hogy élvezni tudjuk az esti programot.

Pohly Ferenc
KATTINTÓKÖNYV
miért.internet?



PRINT-X

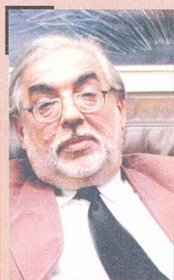
A két friss kiadvány gyakorlatilag egy véleményen van azon a téren, hogy a széles sávú internetre próbálja meg rábeszélni a kezdőket is. Pohly így ír: „Ha valaki az internet kínálta összes lehetőséget, amiről a következő lapokon szó lesz, szeretné élvezettel kipróbálni, legjobban a széles sávú hozzáféréssel jár. Nem marad le semmiről, ha modemmel próbálkozik, de mind a használat, mind a költségek szempontjából csak egy ADSL-, kábelnet- vagy mikrohullámú kapcsolat birtokában fogja kényelmesen érezni magát." Mindehhez az Internet-abc hozzáteszi még azt a kényelmet is, amelyre épp a kezdőnek van nagy szüksége. Részben mert a modemes hozzáféréssel ellentétben nem kell a kapcsolatot újra meg újra létrehozni, részben mert „épp a kezdő az, akinek minden mozdulathoz hosszabb időre van szüksége, akinél a webcím begépelése vagy egy kattintás is két-háromszor annyi másodpercbe kerül, mint egy haladó esetében, miért jó hát, ha épp őt szorítják az időkorlátok?"

Személyes példák

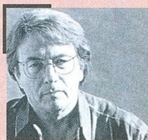
A nagy egér-kéziQönyv és az Internet-abc szerzői egyaránt szükségét érezték annak, hogy ismert emberek személyes példáin keresztül is érveljenek a számítógép, illetve az internet használata mellett. Pohly ezeket a interjúkat kihagyta ugyan könyvéből, de régi internetes evangélista ő, aki pontosan tudja, hogy ezekre szükség van: miniportréi még ma is megtalálhatók a web.axelero.hu/pohly/netheads oldalon, ahol *Váncsa István, Csudutov Csudinka* és mások beszélnek új (ma már régi) szenvedélyükről. Vámos könyvének egésze személyes vallomások sora, míg az Internet-abc-ben a kicsit szárazabb tudnivalók ismertetését oldja egy-egy vallomás: *Zorán, Jordán Tamás, Acél Anna, Szulák Andrea, Verebes István* vagy éppen a 78 éves *Piroska néni* mesél arról, hogy mit jelent neki az internet. Zárjuk is az ismertetést egy ilyen vallomás részletével:

„Higgyék el, sokkal kevesebb gyógyszerre lenne szüksége a korosztályomnak, ha az internet lapjait böngészve értelmessé tenné napjait. Mit jelent nekem az internet? Hogy érdemes élni. Az én koromban is új információkhoz, ismeretekhez lehet jutni, érdekességeket lehet látni, olvasni. A **www.mindentudás.hu** oldalon újra elolvashatom a tévében látott, hallott előadások engem érdeklő részeit. Átnézhetem azokat az újságokat, heti-, illetve napilapokat, amelyekhez másképpen nem juthatok hozzá. Többet megtudhatok kedvenc madaraimról. Eljuthatok az ország minden városába, arborétumába, gyönyörű tájakra. (...) Napi egy-két órát töltök a gép mellett. A fórumokon levelezőtársakat, barátokat találtam. Jönnek-mennek a levelek. (...) Nekem az internet annyi, mint a levegő, a víz, a kenyér...

Markhot Imréné, Piroska néni"













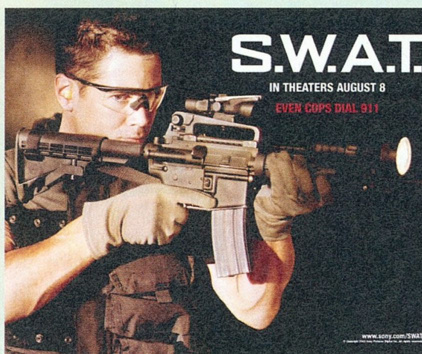
Rabló-pandúr

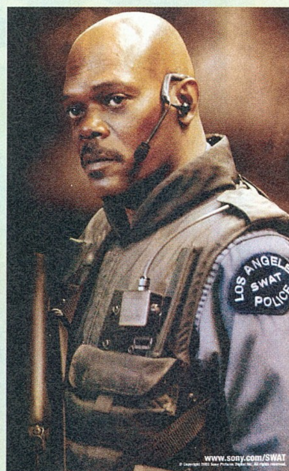
A „fogd el a rossz embert" mint filmtéma örök és elpusztíthatatlan. A mozivászon evolúciója azonban ezt a műfajt sem kíméli, a ballonkabátos, kizárólag vaslogikájukat segítségül hívó nyomozótisztek ideje lejárt. Ma már nem egyszerű zsaruk, hanem high-tech szuperkommandók szolgálnak és védenek, az egyszerűnek látszó ügyek pedig rendre mélylélektani drámákba torkollanak.

CSIKI JUDIT

{ A S.W.A.T. – Különleges kommandó című film alapötlete a hetvenes évek hasonló című tévésorozatából származik, s a felújításhoz olyan sztárok adták az arcukat, mint az ügyeletes szuperpasi, *Colin Farrell* vagy *Samuel L. Jackson*. Az utóbbi által alakított Dan Hondo Jackson afféle „piszkos tizenkettőt" toboroz egy különleges kommandóakcióra, s újabb lehetőséget kínál az egykor hibás döntése miatt lefokozott Jim Streetnek (Colin Farrell). A feladat: épségben leszállítani az FBI-nak egy elfogott drogbárót, aki nem mindennapi váltságdíjat kínál bárkinek, aki kiszabadítja a rendőrség kezei közül. Sejthető, hogy a százmillió dolláros jackpot minden potenciális zsoldosnak megmozgatja a fantáziáját, a kommandósoknak tehát bőven lesz dolguk, mire a drogfőnök eljut rendeltetési helyére – már ha eljut egyáltalán...







Mi szem-szájnak ingere

A film www.sonypictures.com/movies/s.w.a.t. címen fellelhető hivatalos honlapja remek példa arra, mi mindent ki lehet hozni egy filmes site-ból, ha a kivitelezők nem ragaszkodnak feltétlenül a sztori-szereplők-képek-letöltések-trailer minimálprogramjához. Ezen az oldalon mindezeket a kötelező gyakorlatokat három menüpontban megoldják – na jó, ha az MP3 formátumban letölthető filmzene-ízelítőt is hozzávesszük, akkor négyben. S hogy mi minden található még az oldalon? A játékkedvelők háromféle, természetesen kommandóakciót (például a gonosztevő elfogását, a túszok kiszabadítását) szimuláló játékot lelhetnek fel a megfelelő menüpontban, sőt akár jutalompontokért vagy nyereményekért is játszhatnak.

Aki szeretteinek, barátainak és üzletfeleinek szeretne üzenetet küldeni, választhat egyet a felkínált arcok közül (vagy felteheti a saját fényképét), és képes-hangos e-mail futár útján üdvözölheti a neki kedveseket. A The Team (A csapat) menüpontban magával a különleges kommandóval ismerkedhetünk meg: elolvashatjuk a csapat történetét, megtudhatjuk, milyen kiképzésen kell átesniük a reménybeli kommandósoknak, milyen fegyverekkel kell jól bánniuk, sőt az oldalra felkerült a valódi speciális egység tisztjével készült interjú is. A versengő szelleműek és nyerni vágyók a tengerentúli bemutató idején nyereményjátékban is részt vehettek, ez azonban a lapzárta időpontjában már lezárult. A honlap high-tech látványvilága a szupercsapat bázisát idézi, és bár nem jelent igazi különlegességet, az oldal egésze mégis üdítően sokoldalú a kötelezőnél többet alig nyújtó filmes oldalak tömegében.



Nesze semmi...

A legendás *Clint Eastwood* által rendezett A titokzatos folyó című film hősei – Jimmy, Dave és Sean – együtt töltik gyerekkorukat Boston egyik kemény negyedében, egészen addig, amíg egy tragédia el nem szakítja őket egymástól. A fiúk 25 évvel később találkoznak újra, amikor Jimmy 19 éves lányát meggyilkolják, és az időközben nyomozói pályára lépett Seant bízzák meg az ügy felgöngyölítésével. Seannak nemcsak a gyilkos kilétét kell záros határidőn belül kiderítenie, hanem arra is vigyáznia kell, hogy mindig Jimmy előtt járjon, a férfi ugyanis bosszúvágytól hajtva igyekszik a gyilkos nyomára jutni. Az esethez szintén több szálon kötődő Dave számára is eljött az idő, hogy szembenézzen az életét megkeserítő démonokkal. A nyomozás során nemcsak a gyilkost sikerül megtalálni, hanem a személyes kapcsolatok, barátságok is mérlegre kerülnek. A három egykori jó barátot olyan zseniális színészek alakítják, mint *Tim Robbins*, *Kevin Bacon* és *Sean Penn*, a nyomozó társának szerepében pedig a Mátrix filmek sztárját, *Laurence Fishburne*-t láthatjuk.

A S.W.A.T. honlapja azt példázta, hogy egy filmes site-ból hogyan lehet a lehető legtöbbet kihozni, A titokzatos folyó hivatalos oldala (mysticrivermovie.warnerbros.com/index.php) viszont arra lehet példa, egy ilyen oldalt hogyan lehet a lehető legszimplábban, mindenféle pluszinformáció nélkül elkészíteni. A modemesek és a lassabb géppel rendelkezők kedvéért alkotott egyszerűbb változatból megismerhetjük a film történetét, a főszereplőket, a filmkészítőket, letölthetünk néhány fotót és a filmelőzetest, s mindezek hátteréül egyetlen grafika szolgál. A Flash-verzió már valamivel igényesebb, itt a fenti alapinformációkon kívül videorészletekkel és néhány újabb letöltenivalóval (azaz a szokásos képernyővédőkkel és háttérképekkel) lehetünk gazdagabbak, megtudhatunk néhány dolgot a film alapjául szolgáló műről, valamint a színészként és rendezőként egyaránt sokat bizonyított Clint Eastwoodról. Mindezek hátteréül pedig néhány filmkép és idézet szolgál. Vagyis a honlap készítői lefutották a kötelező távot, ám ennél tovább egy centiméterrel sem merészkedtek. Azt valószínűleg felmérték, hogy egy valamirevaló hollywoodi alkotás ma már nem lehet meg internetoldal nélkül, ám azt nemigen, hogy milyen reklámértékkel bírhat egy igazán jól elkészített filmes honlap. }

Letöltés.com

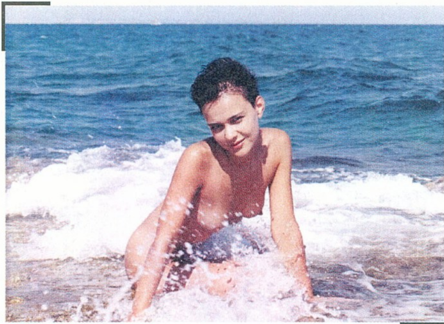
Háttérképek, képernyővédők

Mióta otthoni számítógépeinken grafikus felületű rendszerek futnak, azóta merül fel a jogos igény, hogy csinosítsuk, testre szabjuk munkaasztalunkat, magunk állítsuk be a Windows hátterét, színeit, egyéb jellemzőit.

{ A Windows hátterének cseréje roppant egyszerű. A Vezérlőpult Megjelenítés menüpontjában megadjuk a kívánt képfájlt, illetve ha a mérete nem megfelelő, beállítjuk, hogy „nyúljon meg" akkorára, mint a képernyőnk, és máris új hátterünkkel dolgozhatunk. A Letöltés.com statisztikáinak tanulmányozása során az rajzolódik ki, hogy a látogatók körében a mozi- és rajzfilmes témájú hátterek mellett a természeti képek és a valódi csendéletek is népszerűek, olykor még a „bikinis csajokat" is lekörözve.

Kevésbé kézenfekvő, ám mára már mindennapos jelenség a képernyővédők széles választéka. Ezeket eredetileg a hófehér Windowsokhoz találták ki, mert a sokáig világító képernyő ábrái beleégtek a monitorba. A képernyőkímélő viszont, ha néhány percre magára hagyjuk a számítógépet, valamilyen – jellemzően sötét – ábrát, szórakoztató animációt rajzol a képernyőre, így védve azt. Persze a mai képernyővédők sokszor nem is sötét tónusúak, így ha szükség lenne rá, akkor sem tudnák a monitor épségét óvni, ugyanakkor sok esetben szellemesek, szórakoztatóak. Egyébként a Letöltés.com statisztikái szerint a képernyővédőkre sem jellemző a félmeztelen hölgyek diadala, sokkal inkább az akváriumos, tavas és egyéb természeti témájú művek a népszerűek. }





Háttérképek:
www.letoltes.com/index.prm?aid=80
www.hatterkepek.hu
wallpaper.grunwald.hu
hatterkep.lap.hu

Képernyővédők:
www.letoltes.com/index.prm?aid=79
www.screensavers.hu
kepernyovedok.lap.hu

Őszi toplista

Az őszi hónap legkeresettebb szoftvere a tömörített mozifájlok megnézéséhez szükséges DivX-kódkészlet legújabb verziója volt. Egy hónap alatt közel tízezren töltötték le a Letöltés.com-ról. A vírusokról, internetes férgekről szóló újabb hírek hatására a Norton Antivirus adatfrissítése is a legkeresettebbek közé került.

1. DivX Bundle 5.1
2. Total Commander 5.51
3. Norton Antivirus DAT
4. Flashget 1.40
5. KaZaa Media Desktop 2.5.1
6. Nero Burning ROM
7. Winamp 3.0
8. ZoneAlarm Free 3.7.211
9. WinZIP 8.1 SR–1
10. Norton Antivirus 2004 for Windows



Egészséges netfüggő vagyok...

Behálózva: Hajós András

Hajós András, *ha megkérdezik, azt mondja magáról, hogy konferanszié. Talán erre a legbüszkébb, vagy ebben érzi magát a legjobbnak. Közelmúltbeli nagy nyilvános szereplése, a Magánszám című show-műsor is erre épített. Ugyanakkor tudjuk, hogy az előttünk ülő emberben egy másik személyiség, egy zenész is rejtőzik. Hajós András az Emil Rulez együttes énekese, a dalok zeneszerzője. Sorsa valószínűleg másként alakult volna, ha nincs a világháló, amely nemcsak virtuálisan, hanem valóságosan is ugródeszka volt Hajós András és az Emil Rulez számára.*

KARGINOV ALLEN – SZALAY DÁNIEL

– Az internetet a munkahelyemen használtam először, valamikor 1994 táján. Úgy történt, ahogy szerintem majdnem mindenkivel. Először dolgoztam vele, azután egy estébe nyúló délutánon leesett a tantusz, hogy mire is jó még ez az egész. Elég korán elkezdtem fórumokba írogatni, majd jött az IRC és a chat.

– Egyes kutatók azt mondják, hogy az IRC használatának hátterében ki nem élt vágyak állhatnak...

– Engem elsősorban az a vágy hajtott, hogy mindenbe „belepofázhassak", és akármit irkálhassak kedvemre. Később körvonalazódott az a néhány téma, amely tényleg érdekel, elsősorban persze az Emil Rulez kapcsán és politikai kérdésekben. Volt egy JellemPárt nevű, viszonylag hosszú életet megélt saját fórumom, amelyen amolyan pártpolitikai hülyéskedés ment. Valahol az is tetszett, hogy egy-egy embert melegebb éghajlatra küldhetek, vagy felbőszíthetem annyira, hogy ő küldjön el engem.

– Úgy hallottuk, hogy az Emil Rulez története szorosan összefonódik a világhálóval.

– Amint megismerkedtünk az internettel, azonnal felvetődött, hogy miért is kellene nekünk klubokban játszani, amikor ugyanazt a közösségélményt, ugyanazt a kommunikációt a neten is meg lehet valósítani. Ráadásul akkoriban még nem foglalkoztunk azzal, hogy előadható formában hangszereljük a számokat, inkább felvételeket gyártottunk. Ezeket a dalokat elő sem tudtuk volna jól adni, sokkal egyszerűbbnek tűnt felrakni az internetre.

– Egy honlap elég volt a sikerhez?

– Sok más is kellett hozzá, de nagyon

jó alapul szolgált, hogy létezett a weboldal. Lemezzel nem rendelkeztünk, mégis volt mit mondanunk, volt miről hírt adnunk. Tulajdonképpen a honlapunk volt az első produktumunk, amivel kezdetben magunkhoz tudtuk szoktatni az embereket. Kialakult egy mag, egy olyan közönségbázis, amely a tényleges elindulásunkkor már tömegszerűen jelent meg a koncerteken. Ez viszont felelősséggel jár: a mai napig feladatunknak tartjuk, hogy kommunikáljunk ezzel a közösséggel. Egyébként nagyon szívesen tesszük, szeretjük őket és azt a módot, ahogy velük tudunk lenni a honlapon keresztül.

– Ez azt jelenti, hogy a site tartalmi részébe folyton belekotyog a banda többi tagja is?

– Inkább úgy mondanám, hogy mindez a zenekar kétharmadára igaz, mert *Gyuszi*, a dobosunk még sohasem írt be semmit sehová, annyira idegen tőle az egész. Egyébként olyanok a hozzáféréseink, hogy ha akar, bármelyikünk tud tartalmat feltenni a honlapra. Szoktunk is, kivéve olyankor, amikor lemezt készítünk, mint például most. Ha van rá idő, akkor naponta igyekszünk rajta lenni, és intenzíven irkálunk a fórumainkba, a vendégkönyvbe, a levelezőlistáinkra.

– Felpakolni a nótákat a webre – ez megfelelő módszernek tűnik egy kezdő együttes hírnevének megteremtéséhez. A gyakorlottabb előadók viszont általában egy kis pénzt is szeretnének keresni a zenéléssel...

– Az a helyzet, hogy körülbelül tízszer annyi lemezünk van a boltokban, mindenféle formában, mint amennyit ténylegesen megvettek. Ezzel semmi baj, de most már tartozunk annyival a Twelvetones Recordsnak, hogy nem segítjük elő a számaink kalózterjesztését a honlapra való felrakással. Szeretnénk, ha tudnák az emberek, hogy az MP3-mal és a CD-másolással nem tőlünk veszik el a pénzt, hanem a kiadótól, viszont ha az eladásokból nem jön be a megfelelő összeg, a következő lemezt már nem jelentethetjük meg, azaz nem tudunk stúdióba menni. Remixekkel, koncertfelvételekkel rendszeresen bővítjük a honlapot, és abban is biztosak vagyunk, hogy amint a lemez kapható lesz, a megfelelő helyen meg fognak jelenni a számaink MP3-ban is.

– Azért ez nem egy radikális MP3-ellenző álláspont...

– Semmi esetre sem. Az MP3 remek promóciós lehetőség. Aki megérti, hogy miről szól ez az egész, az megveszi a lemezt. Nem olyan nehéz felfogni, hogy egy zenekar abból nem fog fennmaradni, sem művészileg, sem emberileg, hogy a neten pörögnek az MP3-ak. Egyébként egyáltalán nem teszünk, és sosem tennénk semmit ez ellen. Szerintem hosszú távon a kiadóknak sem ez a jó megoldás. A technika által megteremtett lehetőségek ellen nem lehet fellépni, nem hadakozhatunk az ellen, hogy fúj a szél, vagy hogy van internet. Tehát a legnagyobb ostobaság az, amikor szabályozni akarnak valamit, aminek a lényege a szabályozhatatlanság. Az internet kitűnő technikai vívmány, a világnak kell összekapnia magát, és bizonyos dolgokban alkalmazkodnia hozzá. Lehet, hogy a CD-lemezek kora lejárt, ezt adott esetben tudomásul kell vennünk, nekünk, zenészeknek is. Azt sosem szabad elfelejteni, hogy mi elsősorban dalokat írunk, nem pedig műanyag borítót, fényképet és celofánt gyártunk.

– Azért hazánkban is akad egy-két önjelölt Zorro, aki rendet tenne a kalózok között... És egyelőre a kiadók is elég harciasan próbálnak fellépni az MP3 ellen.

– Akik így közelítik meg a dolgot, rossz úton járnak. Nekem ez olyan, mintha fogalmuk sem lenne társadalomról, gazdaságról és zenéről. Kész tényként kell elfogadni, hogy ez van, az MP3 lett az a médium, amelyen a legnagyobb mennyiségben terjed a zene. A megoldás az lehet, ha kiötlik, hogy milyen módon lehet a szabályozást a valósághoz közelíteni, hogy mindenki jól járjon.



Attól, hogy tizenéveseket büntetnek, mi lesz jobb?

– Dalszövegeikből is kiderül, hogy szeretik a szabadságot: internet és ismerkedés, internet és pornó... Ön szerint van értelme az olyan kijelentéseknek, melyek szerint az internet a bűn bölcsője?

– Nem hiszek ebben. Azt gondolom, hogy az interneten az van, ami a világban, a kettő nem választható el egymástól. Olyan ez, mint egy nagy hegy, amelynek a magasabb pontjain már kevesebb az oxigén, ezért veszélyes is lehet, ha nem elég felkészülten megyünk oda. De ettől még senki sem akarta lebontani a Himaláját. A világtól elválasztott internetet, amikor valaki meghatározza, hogy mi lehet rajta, és mi nem, alapjaiban rossz elképzelésnek tartom. A netfüggőség kapcsán: el tudom képzelni, hogy valaki túlzásba viszi. Magam is, bár szerintem még egészséges szinten, ilyen vagyok. Nem hiszem, hogy más ez, mint a cigaretta, az alkohol vagy akár a csocsó, a barátok, netán a munka. Elég, ha valaki nem ismer mértéket. Az internet viszonylag új keletű



...a legnagyobb ostobaság az, amikor szabályozni akarnak valamit, aminek a lényege a szabályozhatatlanság.

dolog, ezért a kezelésére nincsenek még kialakult megoldások a kultúránkban, és egyesek hajlamosak túlzott erővel kongatni a vészharangot.

– Két kisgyermekét hogyan fogja óvni, ha eljön az ideje?

– Elképzelhető, hogy valahogy majd letilthatok bizonyos oldalakat, nyilván én sem szeretném, ha pornósite-okat nézegetnének. De lehet, hogy kijátszszák a tiltásaimat, és azt nézegetnek, amit akarnak. Vagy ha nem otthon teszik, akkor majd az iskolában vagy a barátaiknál. S ezzel el is érkeztünk a nevelés kérdéséhez. Ha valamit nézegetni fognak, vagy sem, az nem azért lesz, mert kiradírozzuk azt a dolgot a világból, vagy sem, hanem annak megfelelően viszonyulnak majd hozzá, ahogy neveltük őket. Igyekszem úgy nevelni a gyermekeimet, hogy ha találnak is bombareceptet az interneten, és elolvassák, jót nevessenek rajta, de ettől még ne jusson eszükbe bombát készíteni. }

Konszolidálódó piacon

Interjú Füzes Péterrel, az Oracle Magyarország ügyvezető igazgatójával

Az Oracle Magyarország idén lett tízéves. A cég, amelyet korábban az első számú adatbázis-szállítóként ismertünk, mára termékkínálatát vállalatirányítási, döntéstámogató, ügyfélkapcsolat-kezelő és különböző webes szoftverekkel bővítve a vállalati információs rendszerek világpiacának egyik legjelentősebb képviselője lett. Füzes Péterrel, *az Oracle Magyarország ügyvezető igazgatójával cége stratégiájáról, valamint az informatikai piac alakulásáról beszélgettünk.*

SZÉLL ANDRÁS

– Az Oracle Magyarország idén lett tízéves. Hogyan látja cége környezetét, milyennek tartja az informatikai piacot?



– Azt gondolom, hogy a globális informatikai piac továbbra is nyomott, nagyon kevés igazán nagy horderejű projektről lehet beszámolni. A különböző piackutató cégek ugyan már egy éve azt prognosztizálják, hogy három hónap múlva kezdődik a növekedés, de sajnos a három hónap folyamatosan tolódik előre. Egy konszolidációs folyamatban vagyunk, amelyben a kisebb cégek sokszor elvéreznek, a nagyok pedig igyekeznek tartani pozíciójukat. Magyarországon is hasonló a helyzet, nem könnyű növekedni. A kormányzati szektor – az informatika egyik legnagyobb megrendelője – nagyon visszafogottan vásárol. Hozzátenném rögtön, hogy nem azért kellene vásárolnia, mert az jó az informatikai cégeknek, hanem azért, mert az jó a gazdaságnak. Az informatika hatékonyabbá teszi, katalizálja a gazdaságot. Ha hosszú távon nem költünk informatikára, akkor az ország veszít versenyképességéből, és nem tudunk felzárkózni a fejlettebb államokhoz.

Visszatérve a jelen helyzethez: a recesszió ellenére vannak a piacon olyan szegmensek, amelyek növekednek. Az egyik ilyen az adattárházak területe. A növekedés oka, hogy az adattárházak megoldást kínálnak a vállalatok teljesítményének menedzselésére, ami mára nagyon komplex feladattá vált. Egy tipikus cég teljesítményéről rettentő sok adat áll rendelkezésre, és ebből a heterogén halmazból ki kellene nyerni azokat az információkat, amelyek hozzásegítik a vállalatot a költségek csökkentéséhez, a bevételek növeléséhez, az alkalmazottak vagy a vevők fluktuációjának megállításához, és így tovább. Ehhez a vállalatoknak adattárház-, üzleti-intelligencia-, adatbányász- vagy éppen CRM-megoldásokra van szükségük. Először a pénzintézetek léptek, hiszen az ügyfelek megismerése számukra nagyon fontos . Például az OTP-vel együtt dolgozunk az adattárházuk kialakításán, amely hatékonyabbá teszi a hitelelbírálásokról hozott döntéseket.

A vállalatok felteszik maguknak a kérdést: Kik az ügyfeleink? Miért vásárolnak tőlünk? Hogyan érhetnénk el még több ügyfelet? Az ezek megválaszolására képes informatikai rendszerek és megoldások még ezen a nyomott piacon is népszerűek.

A másik terület, ahol némi élénkülés érzékelhető, a kis- és középvállalatok (KKV-k) piaca. A KKV-k egy része egyre professzionálisabbá válik, egyre több nemzetközi és hazai multival kerül üzleti kapcsolatba, és így komolyabb informatikai támogatórendszerekre van szüksége.

– Mi az, ami csalódást keltett az elmúlt évben?

– A kormányzati szféra még mindig nem a gazdasági növekedés katalizátoraként kezeli az informatikát. A választások évében meg lehetett érteni, hogy a jelentős átalakulások miatt az állami vállalatoknál megállnak az informatikai fejlesztési projektek. Ma azt láthatjuk, hogy a kormányzat sok mindent tesz azért, hogy fellendüljön az informatika, említhetném például a Sulinet Expressz programot. Egy évvel ezelőtti várakozásaink azonban nem teljesültek: a kormányzat nagyon lassan halad azzal, hogy elektronikus megoldásokat alkalmazzon az állami apparátusban. Meg kellene teremteni például az elektronikus adózás alapjait, de sok más területet is lehetne említeni. A kormányzat még mindig egy költséghelyként kezeli az informatikát, és nem úgy tekint rá, mint ami gyorsíthatja, hatékonyabbá teheti a gazdaságot és az államapparátust. A munkavállalói létszám most aktuális leépítése szintén elképzelhetetlen anélkül, hogy más módszerekkel ne növelnénk vagy legalább tartanánk fenn a hatékonyságot.

– Visszatérve a kis- és középvállalatokra: milyen stratégiát alkalmaz az Oracle ezen a piacon?

– Több megoldás közül választhattunk. Az egyik az lett volna, hogy erre a piaci szegmensre teljesen különálló


FOTÓ: WALKÓ BOGLÁRKA

A kormányzat még mindig egy költséghelyként kezeli az informatikát, és nem úgy tekint rá, mint ami gyorsíthatja, hatékonyabbá teheti a gazdaságot és az államapparátust.

termékeket fejlesztünk ki. Ezt azonban elvetettük. Egyrészt két termék kódolása kétszer annyi energiát igényel, amit nem terhelhetünk a vevőkre, másrészt pedig ezek a termékek nem tudnának lépést tartani a kis- és középvállalatok növekedésével. Így rákényszerítenénk vevőinket, hogy néhány éven belül egy teljesen új rendszert vásároljanak.

Az általunk elfogadott stratégiát követve egy már bevált, sok helyen bevezetett termékünk, az E-Business Suite speciális kiadását – Special Edition – készítettük el. Ez a csomag kimondottan a kis- és középvállalkozásoknak szól. A modul piaci sikere főként azon múlik, hogy mennyire sikerült kulcsrakésszé tennünk. Egy ilyen rendszer bevezetése nem fog működni, ha több száz napos előzetes konzultációra van szükség, a kis- és középvállalatok vagy az önkormányzatok nem bírják el az ilyen hosszú helyi fejlesztés költségeit. Célunk, hogy ez a csomag néhányszor tíz nap alatt bevezethető legyen.

– Az Oracle ilyen megoldásai árukat tekintve versenyre tudnak kelni a kisebb vállalatirányítási rendszerek vagy a magyar fejlesztésű megoldásokkal?

– Ezen a piacon az ár nagyon fontos szempont, ugyanakkor nem a szoftver, hanem a teljes bevezetés ára a meghatározó. Ennek ideje tehát kulcsfontosságú. Ha a teljes bevezetés árát tekintjük, akkor állíthatom, hogy az Oracle Special Edition versenyképes lesz a kisebb vállalatirányítási rendszerekkel. Ezzel együtt vannak más szempontok is. Amikor egy vállalat szoftvert vásárol, akkor négy-öt-hat éves távlatokban gondolkodik. Érdemes ezért körültekintően megválasztania mind a megoldást – hiszen az alkalmazásnak képesnek kell lennie együtt növekednie, bővülnie a vállalattal –, mind a beszállítót, mert a folyamatos támogatás, fejlesztés elengedhetetlen követelmény.

– Mit gondol, a nagy gyártók „kulcsrakész" csomagjai ki tudják szorítani a piacról a kisebb, sokszor magyar cégek által fejlesztett megoldásokat?

– Azt gondolom, hogy nem fogják teljesen kiszorítani őket, de nagyon nagy hatással lesznek rájuk. A magyar fejlesztésű kisebb rendszereknek továbbra is lesz terepük, egyrészt azért, mert a piac bővül, így nem ugyanazt a tortát kell újra felosztani, hanem egy nagyobbat. Másrészt mindig lesznek olyan egyedi igények a vevők részéről, amelyeket a kisebb cégek gyorsabban és rugalmasabban ki tudnak szolgálni. Ahogy viszont haladunk előre, és Európa jogi környezete egyre homogénebbé válik, a nagy gyártók által elkészített speciális kiadásokat egyre könnyebb lesz használni.

– Mikor és hogyan dobják piacra ezeket a megoldásokat?

– A csomagok elkészítésének folyamata néhány hónapja elkezdődött. Ezeket a speciális változatokat kizárólag partnereinken keresztül értékesítjük, és az ősz folyamán szeretnénk bejelenteni, hogy melyikükkel milyen megoldásokat fogunk kínálni. A partnereink fogják eladni a licenceket, végezni a bevezetést és a vevők gondozását. }

Multimédiás mobilvilág

A Sony Ericsson október elsején lett kétéves. A céget a telekommunikációs piac egyik fontos szereplője, az Ericsson és a szórakoztatóelektronika úttörője, a Sony alapította. A két cég tulajdoni hányada azonos. Az Sony Ericsson célja kezdettől fogva a multimédiás mobilpiac vezető helyének megszerzése.
A cég ebben a negyedévben megalakulása óta először számolt be nyereséges időszakról: 39 millió euró után kell majd adóznia. A 6 százalékos összpiaci részesedésével az ötödik legnagyobb mobilgyártó ugyanebben az időszakban 7,1 millió telefont adott el a tavalyi harmadik negyedév 5 millioja után, és a gyártott készülékek mostani száma nagyobb az előző negyedév 6,7 milliójánál is. Németh Viktorral, *a Sony Ericsson közép- és kelet-európai termékmenedzserével a multimédiás mobiltelefon-alkalmazások piaci helyzetéről beszélgettünk.*

SZÉLL ANDRÁS

– Mi volt a Sony Ericsson stratégiájának lényege a vállalat indulásakor?

– Az új cég indulásával piacra dobtuk az első olyan multimédiás telefont, amelyhez kamerát lehetett csatlakoztatni. Ezen a területen mi voltunk az elsők és egy évig az egyedüliek. A Sony Ericsson tehát rögtön egy olyan megoldást mutatott be a világnak, amely teljes újdonságot jelentett. Az MMS-bevezetések során gyakorlatilag mindenhol ott voltunk a T68i telefonnal és a hozzá csatolható mobilkamerával. Ez a versenytársainkhoz képest hatalmas előnyt jelentett. Az operátorokkal együttműködve, közösen alapoztuk meg az MMS-szolgáltatásokat és azok lehetőségeit. Manapság a T610 MMS-képes, beépített kamerás telefonunk óriási sikert arat, minden operátor kínálatában megtalálható, és a kamerás telefonok szegmensében jelentős részesedést értünk el vele. Megteremtettük a Sony Ericsson arculatát, amely minden egyes mobiltelefonunkról visszaköszön. Elegendő megfogni egy készüléket, hogy egyértelmű legyen, mire gondolok. Ez a megjelenés az ősszel bejelentett új modelleknél forrt ki teljesen, hiszen egy sor olyan készüléket mutattunk be, amely a megkezdett multimédiás vonalat folytatja.


Fotó: Walkó Boglárka

– Beszélhetünk-e MMS-robbanásról? Milyen sikereket értek el eddig ezzel a technológiával?

– Az MMS elsősorban egy technológia, a felhasználó számára pedig fényképek elküldését jelentheti mobiltelefonról például egy másik mobiltelefonra. Az, hogy ez a technológia léte-

zik, az érem egyik oldala. A másik az, hogy kik, hogyan és mire használják az erre épített szolgáltatásokat. Fontos, hogy a különböző szolgáltatások élvezetesek legyenek. A világon ma majdnem mindenhol elérhető az MMS. Egyre több készülék van a piacon, amely vagy beépített, vagy hozzácsatolt kamerával fényképet tud készíteni. MMS-boomról tehát beszélhetünk mint technológiai áttörésről – ez 2002-2003-ban megtörtént –, s a közeljövő feladata, hogy közismert és sikeres szolgáltatások legyenek hozzá a piacon. Az operátorok az MMS-technológia köré olyan népszerű szolgáltatásokat építenek fel, amelyek remélhetőleg elérik az SMS sikereit.

– Mi ebben az egészben az új? Eddig is volt digitális kamera, és eddig is volt kvarcjáték. A Sony Ericsson mit ad hozzá mindehhez?

– A mobilitás és az említett termékek, szolgáltatások együttes használatát, izgalmas és érdekes kombinációját. Azt, hogy a különböző szolgáltatásokat a mobil-infrastruktúrán keresztül egyszerre vehetjük igénybe. A mobiltelefonnal internetezhetünk, az általa elkészített digitális fényképet azonnal továbbküldhetjük MMS-ben, e-mailben, vagy akár játékokat, illetve más alkalmazásokat tölthetünk le. És mindezt ugyanazzal a készülékkel.

Ezek a szolgáltatások sok újat, érdekeset adhatnak mindennapjainkban. Például a külföldi nyaralás alatt mobiltelefonnal elkészített fényképet egy szolgáltatás segítségével kinyomtatott formában postai címre küldhetjük majd el.

– Ön szerint mennyit kell várnunk az ehhez hasonló szolgáltatások megjelenésére?

– A WAP esete jól példázza, hogy a fejlődés útja néha rögös. A WAP bevezetésekor kevés tartalmi szolgáltatást lehetett elérni, de mára az operátorok hozzátették a technológiához a tartalmat. Az összes hazai szolgáltató igen komoly erőfeszítéseket tett azért, hogy a WAP-ot a felhasználók megkedveljék, és elkezdjék használni. Ehhez az kellett, hogy tömegesen álljanak rendelkezésre olyan lehetőségek és szolgáltatások, amelyek megkönnyítik, segítik a felhasználók életét. Az MMS mint technológia már most elterjedt, és az MMS-szolgáltatások is egyre népszerűbbé válnak.

– Tehát minden a megfelelő szolgáltatásokon múlik?

– Ha a technológia adott, akkor igen. Az értéklánc csúcsán a felhasználó szemszögéből mindig a tartalom áll. A felhasználó minél több, minél jobb minőségű tartalomhoz szeretne hozzáférni. A tartalomszolgáltatók – akik összegyűjtik a technológiákra épített szolgáltatásokat, és csomagokban kínálják azokat – biztosítani tudják ezt a tartalmat, ami lehet egy tévéműsor, egy újság vagy bármilyen más információs szolgáltatás. A felhasználók számára a legfontosabb, hogy ezekhez hozzájussanak, és nem az, hogy milyen technológia felhasználásával. Említhetem a harmadik generációs mobilhálózatot is. A 3G igazi technológiai áttörés, de a felhasználóknak ebből a legfontosabb a sebesség, az élmény, hogy mennyivel több, szebb tartalmat érhetnek el, és mennyivel gyorsabban.

– A kamerás mobiltelefonok gyártása kívülről nézve sem kis feladat. A digitális fényképezéshez kapcsolódó kompetenciát honnan szerezték be?

– A nevünkben a Sony és az Ericsson nem csupán két szó: az általuk képviselt tudást termékfejlesztéseink során felhasználjuk.

– Hogyan szegmentálja ma a Sony Ericsson-készülékek vásárlóit?

– A célközönségünk négy csoportra oszlik. Az első a professzionális felhasználók köre. Ők azok, akik a legújabb technológiákért lelkesednek. Nekik kínáljuk P800-as, P900-as készülékeinket vagy néhány országban 3G-s telefonunkat. Ezekben a Bluetoothon és az infraporton keresztül jelen van a rátölthető



alkalmazások sokasága, az MP3-lejátszó, a kamera és így tovább. A második a stílusos felhasználók csoportja, akik a megjelenést, az értékes szolgáltatásokat tartják szem előtt, és ezért hajlandók az átlagosnál többet áldozni. Ez a kör az előzőnél sokkal nagyobb, de abban megegyezik vele, hogy szintén a legújabb technológiák köré épített szolgáltatásokat használja; nekik kínáljuk például a T610-es vagy a Z600-as készüléket. A harmadik csoportot a fiatalok jelentik. Ők szeretik, ha egy készülék könnyen átalakítható, ha letölthetők rá csengőhangok, játékok, beállíthatók a menüszínek, menütémák, tehát kedvelnek mindent, amivel kifejezhetik egyéniségüket, és mindezt számukra megfizethetően. Ebbe a szegmensbe sorolható a Sony Ericsson kínálatából a T310-es vagy akár a nemrég bejelentett T230-as. Végül, de nem utolsósorban a negyedik csoportot a mindennapi felhasználók alkotják, akik a telefontól azt várják, hogy legyenek elérhetők, és ők is el tudjanak érni másokat. Ez a legnagyobb szegmens, ennek kínáljuk például a T100-as készülékünket. }

Kalandozások a marketing tengerén

Az infokommunikációs piacszervezésről

Ma mindenki forradalmi változásokról, robbanásszerű fejlődésről beszél. Úgy általában is, de az infokommunikációs szektorban különösen. Most tegyünk így mi is, hiszen a Hírközlési és Informatikai Tudományos Egyesület szeptember közepén tartott konferenciája újabb területen bizonyította a fenti hangzatos kijelentések igazát. A sorrendben immár hetedik Távközlési és Informatikai Marketing Fórumról van szó. Emlékezzünk csak vissza: jó 10-15 évvel ezelőtt ki hallott még marketingről a telefonpiacon?

GALVÁCS LÁSZLÓ

{ Ismerősöm friss alkalmazott egy távol-keleti ország világszerte ismert cégének magyarországi leányánál. Agymosásszerű élményről számolt be. Az első napokban a következő kérdést szegezte neki és újonc társainak a marketing szemléletmódjának elültetésén fáradozó főnök: „Ki a király?" A háttérben csendben elsuttogott, visszafojtott kuncogást kiváltó „hát Jimmy!" nem hatotta meg az új üzleti szellem képviselőjét, más jelentkező híján maga üvöltötte a tanulatlan fülekbe: „A vevő. A vevő a király."

A közép-európai kultúrkörben ironikusnak tűnhet a kis tigriseknek is nevezett országokban amúgy megszokott módszer, ám a lényeg, mármint a marketing szemléletmódjának érzékletes kifejezése kísértetiesen emlékeztet a United Airlines háza táján honos jelmondatra: „A vevő a főnök."

Bár így lenne! – mondom én, magánemberként, fogyasztóként. Bár így lenne! – sopánkodik az a menedzser, akinek cégénél nem értik meg a vevőorientált szervezet és működés elvét. És akkor a gyakorlatról még nem is beszéltünk. A következőkben sem elsősorban arról fogunk, hiszen amikor a fórumról tudósítunk, akkor az infokommunikációs marketing ott megjelent jelentős képviselőit idézzük. Akik ugyan felkészült elméleti szakemberek, és vélhetően a gyakorlatban is kiválóak, ám szavaikat a hétköznapi ember számára a személyes élmények teszik hitelessé. Tapasztalataink pedig a távközlés és az informatika piacán felemásak: az egyik szolgáltató jobb, a másik rosszabb, némelyik szolgáltatás kedvezőbb, némelyik kevésbé. De viszonyíthatunk más piacokhoz, pénzügyi szolgáltatásokhoz vagy egy egyszerű bevásárlóközponthoz, a helyzet ugyanaz: nincs általános értékítélet, egyedi esetek vannak, és talán érzékelhető trendek is. Mivel azonban cikkünk témája ezúttal nem a fogyasztóvédelem, térjünk vissza az eladói és szolgáltatói oldalra, s nézzük a gyakorlati útmutatónak is felfogható elméleti alapokat.

Vasald ki a piramist!

„A marketing szerepe annyira alapvető, hogy nem tekinthető elkülönült funkciónak. Nem más, mint a teljes vállalkozói tevékenység értelmezése a végeredmény, azaz a vevő szempontjából. Az üzleti sikert nem a termelő, hanem a vevő határozza meg." *Peter Drucker* e gondolatait *Gaál Péter*, a Matáv marketingigazgatója idézte, s tegyük hozzá, nagyon jó választás volt.

Minden vállalatnál nagyjából hasonló szervezeti egységek működnek: fejlesztés, gyártás, értékesítés, ügyfélszolgálat, szerviz, beruházás, gazdasági elemzés, tervezés, pénzügy, munkaerő-gazdálkodás (újabban: humánerőforrás-menedzsment) stb., és mindezek mellett (alatt, fölött, között) külön egység a marketingosztály. Az új szakirodalom azt tanácsolja, hogy a marketing által vezérelt működéshez a vállalat minden szereplőjét (tehát az előbb felsorolt egységeket és alkalmazottaikat) át kell hatnia a marketingszemléletű gondolkodásnak.

A gyakorlatban azonban ez nem ilyen egyszerű, sem a célnak megfelelő szervezeti struktúrát kitalálni és felépíteni, sem pedig a marketing (mint szervezet és mint szemlélet) felsőbbrendűségét elfogadtatni. A kétkedők akár a tyúk és a tojás klasszikus dilemmájáig vezetik ezt vissza, mármint hogy a marketingnek kell eladni a fejlesztők és gyártók termékét, vagy pedig a marketing mondja meg, hogy mit kell gyártani (avagy szolgáltatni). A két szélsőség persze ma már egyre inkább közeledik egymáshoz, hiszen „a vevő diktál" elvét mind több cég teszi magáévá.

Hová tegyem?

Kétségtelen, hogy az évtizedekkel ezelőtt általános szervezeti piramis lapítására tett kísérletek hoztak szép eredményeket, sőt a struktúra kialakításában új elméletek és módszerek

(mátrixok, divíziók, profitcenterek stb.) is divatba jöttek, de a mai napig megmaradt a nagy kérdés: hol legyen a marketing kijelölt helye? A szóban forgó részleg dolgozói természetesen úgy gondolják, hogy minél magasabban, ha lehet, közvetlenül az elnök, vezérigazgató alatt. Mások szerint ez csak egy kiszolgáló egység, és jó esetben is legfeljebb egyenrangú velük. És akkor még mindig nem derült ki, hogy hol vannak a kompetenciák...

Nos, ezekről a kérdésekről bizonyára mindenkinek vannak tapasztalatai, s így az is egyértelmű, hogy nehéz ideális megoldást találni. Ezért most próbáljuk meg új nézőpontból megvilágítani a szervezeti hierarchia és struktúra dilemmáját. Ne egy függőleges felosztású ábrán helyezzük el a vállalat egyes részlegeit, ahol óhatatlanul alá-, mellé- és fölérendeltségi viszonyok alakulnak ki, próbáljuk inkább egy vízszintes papírlapon – akár egy térképen – elképzelni ugyanezt. Itt a szárazföldek alkotják az egyes szervezeti egységeket (mint mondjuk a kontinensek), és az azokat körülvevő-összekötő vizek (óceánok, tengerek, folyók) jelképezik a marketinget. Nincs sem alattuk, sem fölöttük, viszont mindegyikükkel van kapcsolata, táplálkozik belőlük, és ellátja őket.



A szolgáltatás mint termék

E képi megközelítés után talán száraz, netán unalmas olvasmánynak ígérkezne a folytatás, ha azt a következő – a szakmai tanácskozáson egyébként valóban tárgyalt – címszavakkal harangoznám be: márkaasszociáció, ügyfélmozgások, churnanalízis, vevői preferenciák, értékstruktúra, termékportfóliók, ügyfél-szegmentáció, ügyfélfedezet, globális elégedettség, cégdemográfia, ERP, CRM stb.

Ez így nem megy, keressünk konkrétabb, jobban megfogható témakört! Miként a fórum szervezői választották az egyik kerekasztal-beszélgetés témájául a következőt: a marketing szerepe a termékfejlesztésben, az értékesítésben és az ügyfélkapcsolatok menedzselésében.

Azt már megtanultuk, hogy a vevő az úr, őérette jöttek létre a nagy vállalatok, szolgáltatók, amelyeknek – ha helyesen gondolkodnak – céljuk (vagy eszközük?), hogy a vevő igényeit hatékonyan és eredményesen azonosítsák, előre jelezzék, majd pedig teljesítsék. Ha ez a marketing, akkor a vállalat minden tevékenysége marketing, és minden alkalmazottja marketinges. Nemzetközi felmérések szerint a menedzserek nagyobb része a marketingfunkciók közé sorolja az értékesítést, az ügyfélszolgálatot, a termékmenedzsmentet, a piackutatást és a marketingkommunikációt is. *Prónay Gábor* (ProCOMpass Kft.), a szakmai vita vezetője felhívta a figyelmet arra, hogy az infokommunikációs technológiák és szolgáltatások elterjedésével a piacon az eladókat és a vevőket egyaránt érintő új tendenciák jelennek meg. Megszűnnek a térkorlátok (globális elérés), csökkennek az időkorlátok (folyamatos lehetőség az üzleti tranzakciókra, a hét minden napján, napi 24 órában), globálissá, sokszereplőssé válik a verseny, több és jobb piaci információ érhető el (a hatékonyabb információs csatornák jóvoltából), vevői interakciók valósulnak meg.

A távközlésben és az informatikában (eltekintve a eszközvásárlástól) egyre jelentősebbé válik a szolgáltatás, aminek értékesítésénél a termékektől eltérő specialitásokat is figyelembe kell venni. Ilyen például a változékonyság, hiszen az emberi tényező miatt térben és időben változhat az ellátás minősége. Egy szolgáltatásról annak igénybevétele előtt érzékszerveinkkel nem szerezhető információ (nem lehet fel-

próbálni, mint egy cipőt), ezért fontos a bizonytalankodók kockázatérzetének csökkentése. A szolgáltatás tárolhatatlan, a vásárlás és a felhasználás időben szétválaszthatatlan, s amint igénybe vettem, már visszaállíthatatlan. Gyakorlatilag tehát a folyamatot és az eredményt egyszerre kell eladni, a vevő elégedettségét pedig nemcsak az eredmény határozza meg, hanem a folyamat minősége is.

Mindezeket Prónay Gábor úgy összegezte, hogy mind a vevők elégedettsége, mind az értékesítési tranzakció gyorsasága és költséghatékonysága megköveteli a vállalati folyamatok integrációját, azok lehetőség szerinti automatizációját, a folyamatban részt vevők (eladók és vevők) képzését, az egyes szakaszokat megvalósító szervezeti egységek motivációjának „illesztését", a magas szintű kapcsolatmenedzsmentet, valamint a marketingorientáció erősítését.

Mi volt előbb?

Szintén a vevőhöz tér vissza *Gaál Péter*. Ő azonban immár adottságnak tekinti egy cég kialakult profilját. A javasolt marketingszemléletű koncepció megvalósításához szükség van a célpiac pontos kiválasztására, elkülönítésére, de ehhez meg kell érteni a vevők igényeit, szükségleteit, függetlenül attól, hogy azok már konkrétan is megjelentek, vagy még csak látens formában léteznek.

Lám, itt újra felbukkan a tyúk vagy a tojás kérdése. Ugorjunk kicsit vissza a történelemben, mondjuk *Edison* koráig! Vajon olyan nagyon vártak már az emberek arra, hogy „távbeszéljenek"? Ez inspirálta volna a telefon feltalálóját? Vagy véletlenül bukkant rá az elektromosság, a hang, a vezeték és a mikrofon összefüggéseire? Menjünk előre úgy száz évet! Nagyon hiányzott már nekünk, hogy menet közben, drót nélkül is telefonálhassunk, vagy a fejlesztők korszerűsítették, és tették a hordozható telefonhoz is alkalmassá a máshonnan már ismert rádiós technológiát? Nos, az talán még elképzelhető, hogy valós (vagy látens) igények kielégítésére születtek ezek a találmányok. De mit kezdjünk az SMS-sel? Ki gondolta volna, hogy amikor már bárhonnan tudunk telefonálni, a hagyományos távirathoz hasonlóan betűket fogunk bepötyögni a kis masina billentyűin? De ha már így bejött a fejlesztők és szabványalkotók (alig hinném, hogy piackutatók) előrejelzése, lassan hódító útjára indulhat az MMS is. Alaposabban belegondolva (mármint szóba jöhető érzékszerveink lehetőségeibe) a következő lépés alighanem a szagos mobiltelefon lesz. Micsoda távlatok! A kedvesemnek szerkesztett szerelmes SMS-ben nemcsak a nyíló rózsa képe jelenik majd meg, hanem valósággal illatozni is fog.

Ez vajon már látens igény? Nem tudhatjuk, pontosabban mi, egyszerű felhasználók, olvasók még nem tudhatjuk. Ám egy kreatív marketinget alkalmazó vállalat (nyilván piackutatásra alapozva) megjelenhet olyan új megoldásokkal, amelyekkel nem pusztán kiszolgálja a piacot, hanem piacot teremt.

Így vagy úgy, de a szakemberek szerint a célpiac pontos meghatározása, a vevői szükségletek feltárása, illetve a még meg nem fogalmazott igények kielégítése az integrált marketingen keresztül valósulhat meg. Ez a szép szakkifejezés valójában a különböző funkciók (ügyfélmenedzsment, promóció, termékmenedzsment, marketingkutatás) együttműködését, illetve a különböző részlegek (a marketing és a többi szervezeti egység) magas szintű koordinációját takarja. Amire, tegyük hozzá, ma még kevés szép példát találnánk.

Az ötlettől a termékig

Egy olyan mondás járja a szakmában, hogy a nagyszerű eszközöket ugyan a laboratóriumban fejlesztik ki, de a sikeres termékeket a marketingosztályon. Hát, nézőpont kérdése... Eszembe jutnak erről a régi reklámfilmfesztiválok. A díjak odaítélésekor a zsűri figyelembe vette az ötletet, a kreativitást, a stílust, a hangulatot, a színeket, a fényt, a formát – mindent, csak egyvalamit nem: a hatékonyságot. Vagyis azt, hogy a film a gyakorlatban eladja-e a terméket, vagy sem. E jellemzője híján a reklámspot megmaradhat műalkotásnak, ilyen minőségében díjazható, de vajmi kevés köze van eredeti funkciójához, vagyis a való élethez. Hogy mitől lesz sikeres (értsd: hatásos) egy reklám, az mindig rejtély. Íme, egy újabb kutatási terület a marketinges szakmának. Az eredményről szívesen beszámolunk, de addig is kanyarodjunk vissza főcsapásra.

A kis kitérő persze nem volt céltalan: példának szántuk, hogy miként lehet sikeres termék egy ötletből. Ez feltehetően azt is igényli, mint a reklám: a marketing állandó jelenlétét, vagyis őrző, előrejelző és visszacsatoló felügyeletét.

Hogy a termékfejlesztésben az ötlet fogantatásától a termék piaci bevezetéséig milyen fázisokban játszik kulcsfontosságú szerepet a marketing, arra szintén a Matáv szakembere sorolt fel néhány példát. Az ötlet többnyire nem úgy érkezik, mint derült égből a villámcsapás. A kutatási tapasztalatok, a fogyasztói jelzések és a külföldi példák sok lehetőséget kínálnak. Ezek szelektálásánál két alapvető hibát kell elkerülni: a nem kellően alátámasztott ötletek átengedését, illetve egy ötlet korai elutasítását. Ez utóbbira álljon itt egy példa. *David Ogilvy*, a reklámszakma doyenje számos terméket vitt sikerre, a reklámról írott könyve alapmű. Visszaemlékezésében bevallotta, hogy egyetlen nagy hibát követett el: nem fogadta el az akkor még ismeretlen Xerox megbízását. (Nagy híve volt a kutatáson alapuló tervezésnek, de nem láthatott bele a jövőbe...)

Most már csak címszavakban a termékfejlesztés fázisairól: az elfogadott ötletből koncepció, majd tesztelés, marketingstratégia, a tényleges termék kialakítása, figyelembe véve az elvárt jellemzőket, a minta valós környezetben történő piaci tesztelése, majd bevezetése.

Belátható, hogy bár a marketing a különböző szakaszokban eltérő mértékben vesz részt, lényegében mindvégig jelen van. Eredményes azonban csak akkor lehet, ha jelenlétét a többiek nem veszik zaklatásnak, ha a végcélt mindenki magáénak érzi, annak elérésében együttműködik, és biztosítja a szükséges információkat. }

Online közösségek

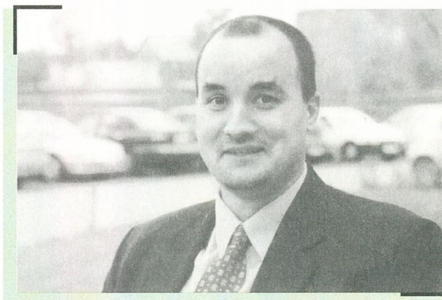
Az online marketing több tevékenységre, alterületre osztható. Olvasóink megismerkedhettek már az e-mail marketing bizonyos fogásaival, de mindeddig nem ejtettünk szót egy igen fontos kérdésről. Az online közösségépítés meghatározó szerepet játszhat abban, hogy egy vállalatra hogyan tekintenek ügyfelei, törzsvevői, partnerei. Kolma Kornél, *a Microsoft Magyarország online marketingmenedzsere, az IT-szakemberprogramok koordinátora bemutatta lapunknak, hogy a világ egyik legnagyobb cége milyen módon használja fel az online közösségépítést a mindennapok gyakorlatában.*

SZÉLL ANDRÁS

– Kérem, avasson be minket a Microsoft Magyarország online marketingtevékenységének stratégiájába! Milyen önálló feladatai vannak cégüknél az online marketingnek?

– A hagyományos marketingaktivitások támogatásán túl az egyik és talán legmeghatározóbb feladat a Microsoft Magyarország www.microsoft.com/hun címen elérhető website-jának frissítése, naprakész információkkal történő rendszeres feltöltése. Az anyacég honlapjának mintájára készülő, de természetesen elsősorban hazai információkat és szolgáltatások nyújtó oldal azonban nem nevezhető hagyományos vállalati site-nak. Ezt mi sem bizonyítja jobban, mint hogy a napi oldalletöltések mennyisége vetekszik egy magas látogatottságú szakportál hasonló mérőszámával. A házon belül felmerülő kívánságok, valamint a látogatók – vagyis a Microsoft Magyarországgal valamilyen formában kapcsolatba kerülő ügyfelek, partnerek – igényei alapján a fejlesztéseket napi nyolc órában rendelkezésre álló fejlesztők végzik, akiket – ha úgy adódik – akár éjszaka vagy a hétvégén is riasztani lehet. Hétvégi riasztásra legutóbb a Blaster vírus megjelenésekor volt példa, amikor még hangsúlyosabban szerepeltettük a főoldalon azokat a biztonsági frissítéseket, amelyek letöltésével a felhasználók megakadályozhatták a vírus ámokfutását. Hozzáteszem, ez a javítócsomag már több héttel a Blaster megjelenését megelőzően rendelkezésre állt.

Az online marketing szerepére visszatérve: a Microsoft Magyarország honlapján természetesen megtalálhatók a legfrissebb hírek, az aktuális termékinformációk, az online terméktámogató központ. Site-unk azonban nemcsak termék-, hanem célközönség-fókuszú is, így a középvállalatok, a fejlesztők, az üzemeltetési szakemberek, a gazdasági döntéshozók vagy éppen partnereink



hamar eljutnak az őket érdeklő oldalakhoz. Számukra egyébként jelszóval védett partnerportált hoztunk létre, ahol elérhetővé tesszük mindazokat az oktatási és marketinganyagokat, amelyek révén már az új termék megjelenésének pillanatában felkészülve válaszolhatnak a hozzájuk érkező kérdésekre.

Ezenkívül rendszeresen futnak önálló bannerjeink különböző site-okon – pl. új online szolgáltatásokra, információs oldalakra vonatkozó beharangozók, image-kampányok –, de ebbe a körbe sorolnám még az online közösségépítést is. Általában véve elmondható, hogy a honlap tartalmának kialakításában egyre fontosabb szerephez jut a látogató. Mérni tudjuk például a főoldalon szereplő összes szalagcímre történő kattintást, így azokat az információkat, amelyekre egyre ritkábban „kattannak rá" a felhasználók, azonnal újra cserélhetjük. A megfelelő színvonalú technológia tényleg mindenre lehetőséget ad az online marketingben, a kérdés inkább az, hogy ki tudjuk-e használni.

– Említette a közösségépítést mint az online marketing egy területét. Miért érdemes aktívan figyelmet fordítani az internetes csoportokra?

– Azért, mert egészen újszerű kihívások elé állítják a vállalatokat. Mondok egy példát. Valószínűleg sokunk rendszeresen jár társaságba, ahol szinte mindig akad néhány ember, aki kiemelkedően sokat „szerepel". Őket szoktuk hangadóknak, marketingszakszóval véleményformálóknak hívni. Míg azonban egy ilyen természetes szerveződés létszáma ritkán éri el a félszáz főt, egy online közösség – mondjuk internetes fórum – tagjai akár tízezren is lehetnek. El lehet képzelni, mi történik akkor, ha például valaki nyilvánvalóan téves információkat közöl valamely termékre vonatkozóan. Egy személyes társaság esetében nem sokat tehet a „termékgazda", de azt gondolom, hogy egy adott internetes fórum esetében mindenképpen helyreigazítást kell közölni. Én itt húzom meg a beavatkozás határát, különösen ha olyan online közösségről van szó, amely önszerveződő alapon jött létre, s nem az adott cég támogatásával.

– A Microsoft Magyarország weboldalát hogyan használják fel az online közösségépítésben?

– A Microsoft közösségépítő erőfeszítései nem közvetlenül a hivatalos weboldalt veszik célba, illetve használják csolatos ismeretek elterjedtsége és köre, hosszabb távon pedig a technológiai elkötelezettség.

– Említene egy példát arra nézve, hogy milyen fogások alkalmazhatók az online közösségépítésben?

– Hogyan tarthatók fenn az egyszer felépített online közösségek?

– Leegyszerűsítve: a közösségi site-ok látogatottságának kulcsa, hogy legyen élet a fórumokon, s ha valaki betér, akkor ne 2 évvel azelőtti legyen az utolsó

FOTÓ: WALKÓ BOGLÁRKA



...évente kétszer kiválasztásra kerül néhány informatikus, aki azon túl, hogy aktív tagja egy-egy szakmai közösségnek, tudásával is kiemelkedik a többiek közül. Számukra nyújtunk ingyenesen olyan erőforrásokat, amelyek révén tudásuk folyamatosan szinten tartható...

platformként. A magyarországi honlap elsősorban információt közöl, s e funkcióját tekintve elkalauzolja a látogatókat a már meglévő – de máshol működő – közösségi oldalakra. Ilyenek a www.technetklub.hu címen elérhető, elsősorban a Microsoft-rendszerek üzemeltetését napi szinten végző IT-szakemberek számára indított levelezési listák, valamint a www.developer.hu címen működő, általunk életre hívott fejlesztői portál. A hivatalos weboldallal szemben a legfontosabb elvárás, hogy növelje ügyfeleink elégedettségét. Habár nálunk nem cél, de egy jó weboldal csökkentheti az ügyfélszolgálati hívások számát is. Szintén növelhető a termékek használatával, üzemeltetésével kap-

– A Microsofton belül néhány éve indult el a Most Valuable Professional (MVP) program (mvp.support.microsoft.com), amelynek keretében évente kétszer kiválasztásra kerül néhány informatikus, aki azon túl, hogy aktív tagja egy-egy szakmai közösségnek, tudásával is kiemelkedik a többiek közül. Számukra nyújtunk ingyenesen olyan erőforrásokat, amelyek révén tudásuk folyamatosan szinten tartható, illetve naprakésszé tehető. Ez a program Magyarországon most kerül bevezetésre, de a külföldi tapasztalatok alapján elmondható, hogy az MVP program segítségével „hozhatók" az imént említett, közösségépítéstől elvárt eredmények.

hozzászólás. A célközönséggel tehát tudatni kell, hogy létezik egy online közösség, ez azonban korántsem elegendő. A kezdeti időszakban, de olykor a „kritikus tömeg" elérése után is „fórumhalált" okozhat, ha a tagok többnyire csak kérdeznek, de a válaszokra vagy nincs kellő számú ember, vagy néhányan válaszolgatnak ugyan, de hiányzik a megfelelő kompetencia. Mindkét esetben megoldást jelenthet az ún. menedzselt közösségi site, ahol a vállalat biztosítja például azt, hogy ha valamely kérdésre egy napon belül nem érkezik válasz, akkor azt saját, a fórum menedzselését végző szakembere megválaszolja.

Az sem mindegy, hogy milyen technológiára épül a megoldás. A webes felüle-

ten keresztül elérhető fórum nehezebben indul, az interakció átlagos ideje hosszabb, szemben mondjuk egy levelezési listával, ahol a kérdés beküldése után szinte azonnal adott a válaszadás lehetősége, hiszen a kérdező levele késedelem nélkül a közösség tagjainak postaládájában landol. Ugyanakkor a webes, topicokba szervezett fórum előnye, hogy néhány hónap alatt – egyfajta archívum formájában – komoly tudásbázis jöhet létre. Mi éppen ezek miatt a technetklub.hu esetében mindkét formát támogatjuk, egyesítve ezáltal a különböző megoldásokból származó előnyöket.

Hozzá kell tennem, hogy természetesen a kapcsolattartásnak csak egyik eszköze az online közösségi site. Az IT-szakembereket megcélzó programunk keretében éves szinten 10-12 ingyenes technológiai konferenciát tartunk TechNet Szeminárium néven, amelyen átlagosan mintegy 500 fő vesz részt. Ezt kitűnően kiegészíti a Microsoft Magyarország által szponzorált, közel 2000 előfizetővel rendelkező, a NetAkadémia gondozásában megjelenő Tech.Net magazin.

– Hogyan mérik a különböző közösségekkel való kapcsolatuk minőségét?

– Éves szinten több ezer, Microsoft-termékek üzemeltetésében jártas vagy erre a feladatra felkészülni szándékozó szakemberrel tartjuk a kapcsolatot. Törekszünk arra, hogy lehetőség szerint kihasználjunk minden interakciós formát, ezért hívtuk életre a magazint, a közösségi site-ot, illetve a rendezvénysorozatot. Így ki-ki a saját preferenciái szerint válogathat az információforrások között. E törekvés részeként a rendezvények után például minden alkalommal megkérjük a résztvevőket, hogy töltsenek ki egy értékelőlapot. Ebben nemcsak magára a rendezvényre, de például a magazin olvasottságára is rákérdezünk.

Hasonló felmérés készült már a Tech.net magazin esetében, míg a közösségi site-on jövőre tervezzük az elégedettség mérésének bevezetését. Ez utóbbi több mutató – pl. a rendelkezésre állás, a válaszok minősége, a szolgáltatás technikai színvonala, az adott listához tartozó termékkel kapcsolatos attitűd – alapján kerül kiszámításra.

...fórumhalált okozhat, ha a tagok többnyire csak kérdeznek, de a válaszokra vagy nincs kellő számú ember, vagy néhányan válaszolgatnak ugyan, de hiányzik a megfelelő kompetencia. Mindkét esetben megoldást jelenthet az ún. menedzselt közösségi site, ahol a vállalat biztosítja például azt, hogy ha valamely kérdésre egy napon belül nem érkezik válasz, akkor azt saját, a fórum menedzselését végző szakembere megválaszolja.

Különös figyelmet fordítunk a jogos negatív visszajelzésekre, hiszen ezekből tanulhatunk, és a dolgokat jobban csinálhatjuk.

– A kisvállalatok életében milyen költséghatékony módszerek, fogások lennének egyszerűen alkalmazhatók a nagyok gyakorlatából?

– Nehéz általános szabályokat megfogalmazni. Ha mondjuk a kisvállalat képek restaurálását végzi, akkor véleményem szerint az online marketingnek ritkán kell szerepelnie az eszköztárában. Elképzelhető azonban, hogy fél évvel a restaurációt követően besárgul Mona Lisa arca, amit érthető okokból komoly társadalmi felindulás követ. Mit lehet ilyenkor tenni? A kérdés a mi szempontunkból akkor igazán érdekes, ha a kisvállalat biztos a dolgában. Mondja el egy interjúban, hogyan végezte a restaurációt, felvázolva az egyes lépéseket? Senkinek nem lesz türelme végighallgatni, érthetetlen szakszavakkal teletűzdelt mondókája esetleg csak arra lesz jó, hogy úgy tűnjön, palástolni akarja az igazságot. Mennyivel más a helyzet, ha mindössze annyit mond: „Kérem, mi nem vagyunk hibásak, a Louvre nem tartotta be a kép tárolására vonatkozó előírásainkat. A részletes szakmai magyarázatot, illetve az általunk végzett munka dokumentációját megtalálják website-unkon”! Esetleg még egy-két jól elhelyezett, az említett oldalra mutató banner, és már működik is a költséghatékony, online válságkommunikáció.

Azt tehát, hogy melyek a legköltséghatékonyabb módszerek, mindig az adott szituáció dönti el. Sok esetben egyszerű számítással meg lehet tudni, hogy az adott vállalat potenciális ügyfeleinek eléréséhez mely portálokon kell online hirdetéseket elhelyeznie. Egy kisvállalatnál ott kezdődik a probléma, hogy az ilyen döntésekhez szükséges tudást magának kell megszereznie, hiszen külső tanácsadó megfizetésére általában nincs kerete. Ha azonban már rendelkezik némi „hagyományos” marketingismerettel, ami ma már egy kisebb cég felső vezetésétől is elvárható, akkor ezt a tudást könnyen kibővítheti az interneten fellelhető szakportálok tanulmányozásával. Valószínűleg előbb-utóbb a piac is reagálni fog az új igényekre – ahogyan ez mondjuk a vállalatirányítási rendszerek kapcsán megfigyelhető –, s megjelennek az erre a célközönségre szakosodott, persze inkább a kicsik közül is a nagyobbakat megcélzó online marketing-tanácsadók, illetve a témához kapcsolódó képzések. }

Kapcsolódó webcímek:
www.micrososoft.com/hun
mvp.support.microsoft.com
technetklub.hu

Tíz mód e-mail adatbázis építésére

Ha levelet szeretnénk küldeni (potenciális) ügyfeleinknek, fogyasztóinknak, azt legolcsóbban e-mailben tehetjük meg. Az e-mail marketing alapja, hogy rendelkezzünk egy adatbázissal, amelyben nyilvántartjuk a címeket. Hazánkban az e-mail marketingnek csak az ún. opt-in módszere engedélyezett (azaz csupán a fogyasztó kifejezett kérésére küldhetünk neki levelet), míg az ún. opt-out módszer (azaz kéretlen levelek küldése a leiratkozási lehetőség feltüntetésével) spamnek minősül, és így tiltott. Cikkünkből megtudhatják, milyen fogásokat érdemes alkalmazni, hogy kiépítsük megfelelő e-mail adatbázisunkat.

1. Feliratkozási felület mindenhol

Először is az összes vállalati vagy brandwebsite oldalát jó látható és felhasználóbarát feliratkozási felülettel kell ellátni. Optimális esetben a felületnek a következő kérdéseket kell tartalmaznia: név és vezetéknév, e-mail cím és típus (HTML vagy Text), feliratkozás és leiratkozás. Minden további kérdés veszélyezteti az akció sikerét, mert az emberek nem szívesen adnak meg adatokat magukról. Ha a feliratkozás során valamilyen ösztönzőt is kínálunk (ami leginkább érdekelheti termékünk közönségét), akkor esetleg más részletekre is rákérdezhetünk. Ilyenkor feltétlenül jelezni kell, hogy ezekre nem kötelező válaszolni. Sok cég a feliratkozási felületet valahová a website aljára teszi, és csak a nyitó oldalára. Ha fontos számunkra az e-mail marketing, akkor az adatbázis-építés minden szabályát be kell tartani. Tehát minden aloldal tartalmazza a feliratkozási felületet!

2. Co-registration („házon belül és kívül")

A „házon belüli" keresztregisztráció azt jelenti, hogy ha vállalatunk más website-okkal is rendelkezik, akkor azoknál is be kell iktatni feliratkozási felületet az e-mail hírlevélre. Ha azok a website-ok már rendelkeznek saját hírlevél-feliratkozási felülettel, akkor a következőket lehet tenni:

– a feliratkozás utáni „köszönőoldalra" kitehetjük más e-mail hírleveleink feliratkozási lehetőségét,

– a feliratkozás után kiugorhat egy pop-up ablak, amelyben felkínáljuk a feliratkozást más hírleveleinkre is.

A „házon kívüli" keresztregisztráció esetén az üzleti partnerek, a kis- és nagykereskedelmi egységek vagy a piacon/iparágban található stratégiai partnerek weboldalain elhelyezzük a fent említett lehetőségek egyikét.

3. Bannercsere-promóció

Ha olyan vállalkozásról van szó, ahol ez kivitelezhető, akkor a ma már hagyományosnak tekinthető bannerekkel (reklámcsíkokkal) hirdethetjük listánk létezését. Ez az eszköz sem költségfüggő.

4. Opt-in az aláírásfájlban

Sokak számára csupán egy trendi dolog, amikor az e-mailben található aláírásfájlokról beszélünk. Van, aki bonyolult HTML-mintákat használ, mások csak TXT-ben írják le az üzlethez szükséges kapcsolati információkat. Ha a kérdés az, hogy írhatnánk-e valamikor is üzleti, papír alapú, de nem fejléces levelet, akkor a válasz általában az, hogy soha. Ha az e-maljeinkről van szó, miért kerüljük ezt a témát, mint macska a forró kását? Én az e-mail aláírásomban szemináriumaimmal kapcsolatos információkat szoktam elhelyezni. Nem mondhatnám, hogy havi átlagban sok emberrel levelezek, de már ennek révén is jöttek szemináriumi jelentkezők! Ha kampánycélra is használjuk ezt a felületet, akkor egy ingyenes eszközzel toborozhatunk új feliratkozókat az e-mail hírlevélre. Elég csak 2 sor, egy az üzenetre, a másik pedig a linkre, és máris megalkottunk egy promóciós eszközt.

5. Offline támogatás

Ez a lehetőség például a kiadóknál adott. Erre a célra használhatnak nyomtatott kiadványokat (bár meg kell mondanom, nem emlékszem, hogy Magyarországon láttam volna hasonlót). De az offline lehetőségek között ott vannak például a különböző rendezvények (konferenciák, szemináriumok stb.), ahol ideális környezetben gyűjthetjük az adatokat. Hogyan? A résztvevők egyébként is szolgáltatnak adatokat a regisztráció során – megkérhetjük hát őket, hogy a hírlevelünkre is regisztrál-



ják magukat. Ide sorolhatjuk még az összes offline reklámkampányt, de a promóciós nyomtatványokat (katalógusokat) is.

6. Viral marketing

A „küldd tovább ismerőseidnek!" típusú ösztönző segíthet az e-mail hírlevél adatbázis-építésénél is. A tudatosan használt eszközzel elérhetjük, hogy szolgáltatásunkat maguk a fogyasztók promotálják. Használhatjuk pop-upként a website-unk nyitó oldalán vagy pop-underként, amikor valaki távozik website-unkról. Használhatjuk az e-mail hírlevélben vagy más e-mail kommunikációs eszközben (direkt reklám, autoreminder) képként (pl. reklámbanner) vagy szövegként, linkkel együtt. A hírlevelünk olvasója, ha meg van elégedve a témával, lehet, hogy el fogja küldeni kollégájának vagy ismerősének az ajánlatot, hogy ő is iratkozzon fel. Az ilyen eszközök tervszerű használata általában hasznosnak bizonyul. Fontos tényező az is, hogy így nem vádolhatnak bennünket kéretlen reklám küldésével.

7. e-DM a létező listára

Ha már rendelkezünk e-mail listákkal, amelyeket más célra használunk (pl. partnerek vagy hálózati egységek címei), a nekik szóló levelezésben tegyünk említést az új szolgáltatásról, és egy link segítségével könnyítsük meg a feliratkozást. Ha ebben a levélben a viral marketing eszközeit is használjuk, akkor nemcsak a létező listáról kaphatunk új hírlevelünkre regisztrált felhasználókat, hanem esetleg ők másokat is értesíthetnek róla.

„Mindenesetre a listát éberen kell figyelni, leginkább az aktivitást. Minden kampánynál kell egy olyan utóértékelés is, ahol jól látszik, ki az aktív a listán belül, és ki nem. Két vagy három hónap elteltével az inaktív felhasználókat ellenőrizni kell, és mindent meg kell tenni annak érdekében, hogy aktívvá váljanak. Minden üzletre igaz, hogy a passzív fogyasztó aktiválása olcsóbb, mint az újak megszerzése."

8. Opt-in az akvirálási DM-ben

Akvirálhatunk e-mail címeket direkt e-mail segítségével valamelyik létező listára. A célcsoport kiválasztása után meg kell alkotni a levél szövegét és designját, és minél egyszerűbben felkínálni a hírlevélre való feliratkozás lehetőségét. Nagyon fontos, hogy ebben a fizetett reklámeszközben egyértelmű legyen az üzenetünk, mert ettől függ az akció sikeressége. Legyenek benne részletek a hírlevél tartalmáról, személyi jogokkal kapcsolatos információk, és szerepeljen a kiküldési gyakoriság.

9. Telemarketing

Ha vállalatunk rendelkezik telemarketing-szolgáltatással, akkor ez is lehet az egyik akvirálási lehetőség.

10. A fizetett offline és online reklám

is e megoldások közé tartozik, erről azonban itt nem szeretnék sokat írni. Ha az egyik megoldás a fizetett reklámkampány, akkor az ügynökség megtervezi a megfelelő médiamixet és a felhasználható formátumokat. A többi csak a büdzsén múlik.

{}

Ami a feliratkozási ösztönzőket illeti, nem kell túlozni az ajándék/nyeremény értékével kapcsolatban. Egy egérpad miatt viszont senki sem fog feliratkozni egy e-mail listára. Ha pusztán az ösztönzők miatt iratkozik fel valaki, akkor azt rövid időn belül észre fogjuk venni. Mindenesetre a listát éberen kell figyelni, leginkább az aktivitást. Minden kampánynál kell egy olyan utóértékelés is, ahol jól látszik, ki az aktív a listán belül, és ki nem. Két vagy három hónap elteltével az inaktív felhasználókat ellenőrizni kell, és mindent meg kell tenni annak érdekében, hogy aktívvá váljanak. Minden üzletre igaz, hogy a passzív fogyasztó aktiválása olcsóbb, mint az újak megszerzése.

A cikk részlet *Damjanovich Nebojsa:* Online marketing – Alapoktól felsőfokig. 1. rész: E-mail marketing című könyvéből (Bagolyvár Könyvkiadó, Budapest, 2003, **www.bagolyvar.hu**). }

Megújult a Matáv honlapja

Áttekinthetőbb, tartalmasabb, gyorsabb

*A Matáv honlapjára (**www.matav.hu**) egy átlagos munkanapon 17 ezren látogatnak el, és 161 ezer oldalt töltenek le. A látogatottság tekintetében több hazai kereskedelmi portált és internetes újságot megelőző site 2003. október 1-jén szerkezetében és arculatában egyaránt megújult.*

{ Korszerűség és célszerűség: a kettő nem mindig azonos eredményt szül. Az újdonságok általában – nem csoda, ha az internetes honlapok is – eleinte a divat irányzatait tükrözik, ily módon akár korszerűnek is mondhatók. Az idő múltával azután, a napi használatban kikristályosodva, végül egyre inkább a praktikus szempontok kerülnek előtérbe, vagyis a funkciónak, a célnak igyekeznek megfelelni. A Matávnál több hónapos gondos előkészítő munka előzte meg az internetes arculatváltást. Felmérést készítettek az ügyfelek és partnerek körében, kikérték a honlap látogatóinak véleményét, s megvizsgálták a hazai és nemzetközi trendek alakulását. Érdekes, bár voltaképpen kézenfekvő következtetéseket lehetett leszűrni mindebből, ami akár egy szakmai tanulmányt is megérne. Most ízelítőül csak néhány példát ragadjunk ki.

Grafikusok, honlaptervezők, webdesignerek szívesen alkalmazott elemei a nyitó oldalon a Flash-megoldások, az animációk, a színekben gazdag fotók (kevés tartalmi információval), s a megrendelők is gyakran elégedetten fogadják eme „műalkotásokat". A tapasztalatok ugyanakkor azt mutatják, hogy mindennek a honlapra látogatók számára nincs túl nagy jelentősége, hiszen alapvetően információkért keresik fel az oldalakat. Magyarországon, ahol a legtöbben még mindig modemmel csatlakoznak a világhálóra, különösen indokolt, hogy ne nagyméretű anyagok letöltésével teljen az internetezésre fordított idő, hanem a kívánt érdemi információk megszerzésére. Ezeket pedig könnyen áttekinthető szerkezetben szeretik látni a felhasználók, aminek az egyik követelménye, hogy a nyitó lapon (és lehetőség szerint általában az oldalakon) keveset kelljen „görgetni", vagyis az információk nagyobb része azonnal megjelenjen, és el is férjen a képernyőn.

E szempontokat figyelembe véve készült el a Matáv új honlapja, amely az alkalmazott grafikai megoldások révén áttekinthetőbb, tartalmasabb, színesebb, emberközelibb és barátságosabb lett. Az információkat a látogatóktól kapott visszajelzéseket figyelembe véve, a Matáv célcsoportjainak megfelelően strukturálva, a felhasználói igényeket még jobban kiszolgálva helyezték el. A könnyebb eligazodás érdekében új navigációs rendszert fejlesztettek ki, aminek köszönhetően legfeljebb négy kattintással bármely aloldal elérhető a nyitó lapról. Javították a rendkívül bőséges tartalom olvashatóságán, s jelentősen gyorsult az oldalak letölthetősége is. A kezdőoldalon a tartalom 90 százaléka görgetés nélkül, azonnal látható a képernyőn. A nagy érdeklődésre való tekintettel a vállalat friss hírei mellett itt kaptak helyet az online szolgáltatások: az online tudakozó (ahol név és telefonszám szerint is lehet keresni), az ePont (ahol megrendelhetők a termékek, szolgáltatások), az eSzámla (itt ellenőrizhető az aktuális számlaforgalom), a 24 órában elérhető online ügyfélszolgálat, a díjcsomag-kalkulátor (amelynek segítségével kiválasztható a leginkább testre szabott díjcsomag), valamint az online táviratfeladás.

A Lakossági szolgáltatások, illetve az Üzleti megoldások fejezetben részletes tájékoztatás található a termékekről, szolgáltatásokról, illetve testre szabott megoldásokat kínálnak a kis-, közép-, illetve nagyvállalati ügyfeleknek. A befektetőknek és a sajtó



képviselőinek – az érdeklődésükre számot tartó információkat összegyűjtve, illusztrációkkal és háttéranyagokkal bőségesen ellátva – önálló aloldalakat készítettek. A közel fél éve bevezetett Csemege sarkot, a honlap egyik legnépszerűbb felületét a jövőben a látogatóknak kedveskedve még több szórakoztató, ismeretterjesztő tartalommal töltik meg.

A megújult matav.hu a legnagyobb és leglátogatottabb hazai vállalati honlap, amely magyar és angol nyelven egyaránt teljes értékű kommunikációs felület az ügyfelek, a partnerek, a sajtó, a befektetők, a szakmai és politikai döntéshozók számára. Terjedelme meghaladja a 6 ezer oldalt, s a magyar vállalati weblapok közül elsőként a Matávé is felkerült a Medián Közvélemény- és Piackutató Intézet hivatalos webauditlistájára. A legfrissebb tanúsított adatok szerint a www.matav.hu oldalaira egy átlagos munkanapon 17 ezren látogatnak el, és 161 ezer oldalt töltenek le. }

Az adat évtizede következik

Magyarország piacvezető mobilszolgáltatója, a Westel a jövőt illusztráló videotelefon-premierrel köszöntötte alapításának 10. évfordulóját. Sugár András, *a társaság vezérigazgatója elmondta, hogy a mobiltelefónia tíz év alatt legyőzte a vezetékes telefont: ma a Westel egymaga rendelkezik annyi előfizetővel, ahány vezetékes vonal van Magyarországon. „A következő évtized sem lesz kevésbé izgalmas – mondta a vezérigazgató –, hiszen a beszéd után most az adat is a mobiltelefonra költözik; a következő évtized nagy kihívása a harmadik generációs mobil, a mobil videotelefon, a mobilinternet."*



{ 145 millió gépelt oldal SMS-ben

A GSM egyértelműen az ország egyik sikertörténete, és a Westel az utóbbi 10 év legsikeresebb hazai mobilszolgáltatója. Ma már az ország lakosságának több mint egyharmada tartozik a 06-30-asok táborába, és az elmúlt egy évtizedben a társaság ügyfelei összesen 18 milliárd percnyi hívást bonyolítottak le mobiltelefonjukon. A Westel a Top 200 legjobb vállalataként, a 20 legnagyobb magyarországi társaság egyikeként, európai minőségi díjasként a nemzetközi színtéren is elismert szervezet.

Tulajdonosai 1993. október 27-én, a társaság alapító okiratának aláírásával indították útjára az ország legnagyobb mobilszolgáltatóját. Alig 10 esztendő leforgása alatt hazánk majdnem 100 százalékán elérhető, közel 2000 bázisállomásból álló rendszer épült ki, és a partnerhálózatok révén 120 ország 270 hálózatán telefonálhatnak a westelesek.

A Westel 10 év alatt a minőség, a hatékonyság és az innováció szempontjából Európa egyik kiemelkedő mobiltársaságává vált. Hamar bebizonyította, hogy a vegyes érzelmekkel fogadott GSM alapvető emberi szükségletet szolgál ki: a szabad kommunikáció igényét.

A kezdetek óta minőségi, saját és nemzetközi fejlesztésű megoldásokra támaszkodó társaság már működésének első évében vezető szerepre tett szert, amelyet azóta is őriz. Az ügy-

felek számára vonzó ajánlatok mellett üzleti téren is jóval hatékonyabb működést képes felmutatni versenytársainál, amit az példáz, hogy működésének 9 éve alapján a legjobb magyar vállalat címét nyerte el. A hazai szakemberekre támaszkodó vezetés és a mára közel 2000 fős munkatársi gárda az Európai Minőségi Díj mellett elnyert számos értékes elismeréssel, valamint az MMS világpremierjével egyértelművé tette, hogy a térségben is lehetséges nemzetközi viszonylatban értékes vállalatot építeni és működtetni. „Az elmúlt tíz év is igazolja, hogy az információs társadalom mozgatóerői – sokszor szó szerint – a kezünkben vannak. Az Ericsson számára kitüntető szerep a Westellel együtt részesének lenni ennek az úttörő módra, folyamatosan megvalósuló technológiai fejlődésnek" – nyilatkozta *Fodor István*, az Ericsson Magyarország elnöke.

A GSM bevezetését követő, minden várakozást felülmúló sikert érzékelteti, hogy a Westel ügyfeleinek száma a háromszereplős mobilpiacon 1999-hez képest megháromszorozódott, és mára elérte a 3,6 milliót.

Ugyancsak élenjár a szolgáltató az adatforgalomban. Bár az SMS nevének megfelelően a rövid üzenetek műfaja, az elmúlt 10 esztendőben a társaság ügyfelei által küldött 1,8 milliárd SMS kitesz néhány könyvtárat, a rövid üzenetek összességükben 145 millió gépelt oldalnak felelnek meg. Az ügyfelek mintegy 85 millió alkalommal keresték meg kérdéseikkel, problémáikkal az éjjel-nappal működő telefonos ügyfélszolgálatot, ahol az ügyintézőkkel összesen 1 millió órányi, azaz több mint 114 évnyi beszélgetést folytattak.

SMS után MMS

Az adatforgalom ma már nemcsak szöveg-, hanem képátvitelt is jelent. Az MMS, a fényképes üzenetküldés szolgáltatása egyre népszerűbb. A Westel tavalyi világpremierjét követően ma már a forgalmazott akciós készülékek jelentős része színes kijelzős, multimédiás mobiltelefon, amely egyre gyakrabban beépített kamerával rendelkezik. A Westel ügyfelei a tizedik születésnap alkalmából most egy egyszerű regisztráció ellenében három hónapon át havonta 30 MMS-üzenetet ingyen küldhetnek. Ráadásul a havi 30 ingyenes MMS bármely hálózatba és e-mail címre, tehát minden belföldi előfizetőnek elküldhető. Az akció ugyan három teljes hónapra, novembertől január végéig szól, de aki a Westel születésnapját követően még októberben aktiválja a kedvezményt, az a hónap utolsó néhány napjában is 30 ingyenes

Röviden az UMTS-ről

A mobiltelefon minden idők leggyorsabban terjedő távközlési eszköze. A mobil-előfizetők száma, a megvásárolható mobiltávközlési szolgáltatások minősége és választéka, valamint a mobileszközök teljesítménye folyamatosan nő. Mégis ma még elsősorban beszélgetésre használjuk készülékünket.
Röviden összefoglaljuk, hogy az UMTS-hálózatok működésével mi változhat meg a közeljövőben.

Milyen szolgáltatásokat tesz lehetővé a 3. generációs UMTS-hálózat?

Az UMTS (univerzális mobiltávközlési rendszer) telefonokkal a mobilinternet, a sokszínű szórakoztatás, az informatika és a mobilkereskedelem (m-commerce) nagy adatátviteli sebességgel, egyidejűleg lesz elérhető. A jelenleginél sokkal összetettebb szolgáltatásokat bárhol lehet majd használni, nemcsak a munkahelyen vagy az otthoni számítógépen, tévékészüléken. Az ilyen típusú hálózat mobilitással ruházza fel az információs élethez már ma is hozzátartozó szolgáltatásokat: az internetet, az intranetet, a videotelefonálást és a videokonferenciát.

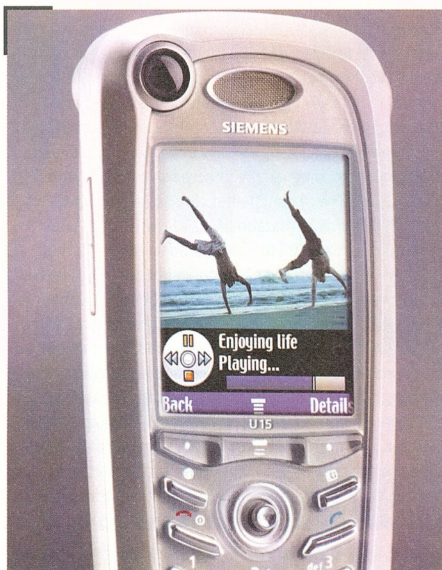
A technológia újdonságai

Szolgáltatási szempontból az UMTS-mobiltechnika két újdonságot hoz magával. Először is javítja a mobiltelefónia teljesítményét és gazdaságosságát, valamint tartalmi szempontból egyre átfogóbb szolgáltatások megjelenését segíti elő. A hagyományos mobilhasználat mellett erőteljes szerepet játszik majd a kép-, hang- vagy videoátvitelre egyaránt támaszkodó kommunikáció, a teljes körű mobil-multimédia. Jelentősen növekszik a hozzáférés sebessége, az adatátvitel a ma elérhető sokszorosa lesz. Telefonunk segítségével nagyon jó minőségben lehet álló- és mozgóképet átvinni, online játékokat játszani, sőt éjjel-nappal működő szolgáltatásokat érhetünk el. A hálózat azt az érzést kelti a felhasználóban, hogy folyamatos kapcsolatban áll a szolgáltatásokkal.

Körvonalazódó alkalmazások

A UMTS-technológia segítségével a készülékek egy időben többféle adatforgalmat bonyolíthatnak le. Például a zeneszámok letöltése közben a felhasználó telefonhívást fogadhat anélkül, hogy a letöltés megszakadna.

Érdekes elképzelés a multimédiával támogatott útvonalajánló és idegenvezető szolgáltatás, amely az adott település helyfüggő adatbázisa segítsé-



MMS-sel lesz „gazdagabb”. Fontos tudni, hogy az adott hónapban fel nem használt MMS-üzenetek nem vihetők át a következő hónapra, így akinek sok képes mondanivalója van, az akció ideje alatt minden hónapban éljen a lehetőséggel. (A kedvezmény emelt áras MMS-szolgáltatásra nem vonatkozik.)

UMTS-videotelefon

A közelmúlt nagy szakmai rendezvénye, a genfi World Telecom egyik szenzációja volt a harmadik generációs videotelefon, illetve az ahhoz kapcsolódó szolgáltatás elindítása. Ám a futurisztikus genfi rendezvényen is kevesen gondolták volna, hogy alig néhány nappal később hasonló bemutatóra kerülhet sor Budapesten, a Westel születésnapján. A Siemens Mobile, az Ericsson és a Nortel Networks közreműködésével a Westel kísérleti UMTS-hálózatán Sugár András felhívta *Eppel Jánost*, a Porsche Hungária ügyvezetőjét, aki mobiltelefonja videokamerájának segítségével tarthatott így autóbemutatót a sajtótájékoztató résztvevőinek. A beszélgetés hátterében a társaság GSM-rendszerébe integrált, Budapest négy különböző pontján UMTS-lefedettséget nyújtó pilothálózat állt, amelyet a Westel szakemberei a Siemens

gével meghatározza az előfizető helyét, s a közelben található nevezetességekről információkat, képeket, előre elkészített videókat, leírásokat kínál. A szolgáltatás grafikus térkép segítségével nyújt tájékozódási segítséget és útvonalajánlót a felhasználónak. További lehetőség a multimédiás internetáruház, az online tőzsdei információs rendszer, a videocentrum mobiltelefonokra optimalizált filmelőzetesekkel és rövid műsorokkal, a sport-, illetve lóverseny-információs és -fogadási információs rendszer, továbbá az olyan típusú játékok, ahol két felhasználó helytől függetlenül játszhat egymással, például egy sakkpartit.

Mikor indul az UMTS?

Az UMTS üzembe helyezése egyrészt technológiai, másrészt szabályozási és gazdasági kérdés. Döntő szerepet játszik majd az előfizetői igények megjelenése: valójában még nem ismert a mobilszolgáltatásokkal kapcsolatos várakozás. Fontos és később eldöntendő kérdés, hogy egy telefontársaság a megkapott frekvenciahasználati engedély birtokában mikor indítja a szolgáltatást.

A világ számos országában jól halad az UMTS-frekvenciahasználati engedélyek kiadása, a folyamat sok helyen már le is zajlott. Az egyes piacokon az ott tevékenykedő telefontársaságok üzletpolitikája, valamint a hatóságok engedélyezési stratégiája határozza meg, hogy milyen ütemben indul a szolgáltatás. A bevezetési tapasztalatok azt mutatják, hogy azok a szolgáltatók, amelyek csak az UMTS-technológiával lépnek piacra, sietősen építik hálózataikat, s a Hutchinson 3G-hez hasonlóan korlátozni próbálják előfizetőiket abban, hogy a korábbi GSM-hálózatokat használják. A nyugat-európai példák azt mutatják, hogy a szolgáltatók a piaci igényekkel, előfizetői várakozásokkal összhangban folytatják fejlesztéseiket, ami időben hosszabb bevezetési ütemezést jelent számukra.

Európa körülbelül 25 országában történt meg a jogok kiosztása. A jelek szerint körülbelül 10-12 szolgáltató jelezte, hogy hálózata részben működőképes, de mindössze 4 országban (Ausztriában, Olaszországban, Nagy-Britanniában, Svédországban, illetve Dublin egyes részein) indult el a kereskedelmi szolgáltatás.

Nemzetközi tapasztalatok

A nemzetközi tapasztalatok szerint a 3G-szolgáltatók részben a hangszolgáltatások kapacitásbeli növekedését érzik előnyösnek; a jelenlegi alapszolgáltatások díja várhatóan nem fog változni, illetve bizonyos országokban csökkent is a 2G-hálózatokéhoz képest.

A technológia által biztosított multimédiás szolgáltatások csupán az előfizetők egy részének érdeklődését keltették fel. A költségérzékeny felhasználók több országban a hanghívások kedvező percdíjait tartják vonzónak az új technológiában. A GSM-készülékek azonban egyelőre olcsóbbak, kisebbek, egy feltöltéssel hosszabb készenléti időt biztosítanak, mint következő generációs multimédiás társaik. Ezeknek az okoknak köszönhetően az úttörőnek számító japán szolgáltatók 3G-előfizetőinek száma elmarad a várakozásoktól.

Készülékek

A 3G és az UMTS terjedésével új végfelhasználói készülékek megjelenésére számíthatunk. Lehet közöttük számítógép és távközlési berendezés, s lehetnek

Mobile legújabb, videoátvitelre alkalmas harmadik generációs készülékével teszteltek. A harmadik generációs hálózaton a gyors adatátvitel, a videotelefonálás mellett az eddigieknél jóval átfogóbb és érdekesebb tartalomkínálat valósítható meg, amely a szöveg és a kép mellett magában foglalja a jó minőségű multimédiás anyagok gyors továbbítását is.

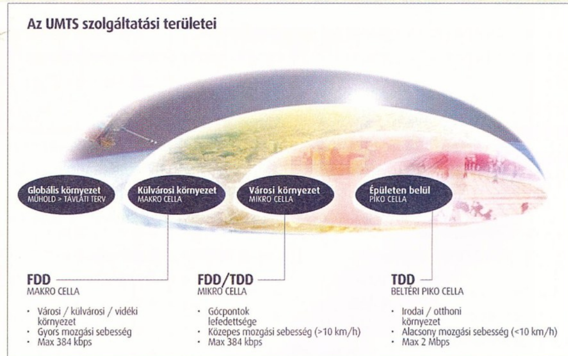
A Westel szintén elsőként létrehozta és bemutatta Magyarország első, a harmadik generációs eszközök későbbi lehetőségeihez igazított mobilportálját is, amely a Westel WAP-portáljának része. (A kísérleti oldalak tartalmát lapzártakor a wp.hu/wp/umts/flash.html címen tudtuk megtekinteni, ugyanez pocket-PC-keretben előjött akkor is, ha a wp.hu/wp/umts/swf címen található pocket-PC linkre kattintottunk, de biztonságosabb a Westel internetes oldaláról, a www.westel900.net honlapról ugrani ide.)

A harmadik generációs rendszer a Westel hálózatán igénybe vehető képes, mozgóképes tartalmak, szolgáltatások (videoküldés és -letöltés, új generációs WAP, tévéadás mobilon) és alkalmazások használatát teszi még könnyebben elérhetővé. A felhasználók a jelenlegit többszörösen meghaladó átviteli sebességre támaszkodva többek között az online videoközvetítést és -telefonálást, a hálózaton keresztüli játékokat, az élő televíziós közvetítést, valamint a videós hírszolgáltatást is igénybe vehetik majd.

Az UMTS indulása új lehetőségek előtt teszi szabaddá az utat. A meglévő GSM/GPRS-hálózatok révén a kettős üzemmódú készülékekkel az ügyfelek az országban bárhol telefonálhatnak majd, meghatározott helyeken a gyors adatátvitel lehetőségével élve. Az integrált hálózatok előnye, hogy a felhasználók számára hosszabb távon, az UMTS igény szerinti kiépítése során is elérhető marad az addig megszokott és használt GSM-rendszer, az állandó, korlátozás nélküli elérhetőség. Kétségtelen, hogy a nagy lehetőségeket kínáló harmadik generációs mobilhálózat kiépítése a technológia alkalmazását sikeresen bemutató tesztek ellenére számos kérdést vet fel, és problémák sorát kell leküzdeni a felhasználói igények maradéktalan kielégítéséhez. A Westel támogatja azokat a törekvéseket, amelyek célja, hogy a koncessziós jogot a szolgáltatók későbbi forgalmukhoz igazítva fizessék meg, s az UMTS bevezetése kezdetén erőforrásaikat elsősorban a rendszer gyorsabb telepítésére, a mind teljesebb lefedettségre, valamint a szolgáltatások fejlesztésére fordíthassák. }

egy-egy szűk piaci terület igényeit kielégítő különleges eszközök. Megmarad az eddig ismert mobiltelefon is, azonban kijelzője a megszokottnál nagyobb lesz, így megjelenhet rajta egy internetoldal vagy a beszélgetőpartner képe. Várható, illetve már rendelkezésre áll a videotelefon, valamint a rádiós modemkártya hordozható számítógépekhez. Drótnélküli kommunikációs modul beépítésével a mobilkapcsolat beépülhet például az üzleti berendezésekbe, a járművekbe, a háztartási eszközökbe. A különféle elektronikus készülékek – telefonok, számítógépek, digitális fényképezőgépek – kis hatótávolságú, rádiós Bluetooth-kapcsolatban állhatnak egymással.

A gyártók folyamatosan jelentik be 3G-készülékeiket, de kérdéses, hogy a választék, illetve az árak milyen ütemben teszik lehetővé azok széles körű elterjedését.



A fejlődés menete

A 450 MHZ-en működő NMT jelentette az első mobiltelefon-szolgáltatást, amely a 80-as évek elején indult el. Analóg technológiájával jellemzően hangátvitelre volt alkalmas, s mindössze néhány európai és skandináv ország hálózata tudott együttműködni.

1992-ben Finnországban kezdték nyújtani az első kereskedelmi GSM-szolgáltatást, amelynek napjainkban már jellemzője a beszéd-, valamint a vonal- és csomagkapcsolt (GPRS) technológiával támogatott adatátvitel, továbbá az SMS és az MMS, illetve a globális roaming lehetősége.

2001 végén a japán NTT DoCoMo indította el az első 3. generációs szolgáltatást, amelyet csak 2003-ban követtek az európai cégek.

A meglévő és a tervezett technológiák együttműködése

A soksávos, több szabványt kielégítő telefonok megmutatták, hogy a készülékfejlesztés képes érdektelenné tenni a felhasználó számára, hogy éppen milyen frekvencián melyik fajta mobilszolgáltatást kapja. A 2G/3G telefonkészülékkel hasonlóképpen egyszerre válnak elérhetővé a különböző mobilhálózatok. A 3G ezért abban az ütemben építhető, ahogy a piac igényli – akár lefedő hálózatként is.

Megvilágítjuk a dolgokat

Billy azt mondta: „Legyen világosság!" És lőn világosság. Az Úr az IE 4-es verziójával megteremtette a világosságot. De hogy milyen színű, irányú, kiterjedésű és erősségű legyen ez a világosság, azt ránk, halandó webpolgárokra bízta.

SZENDI GÁBOR

Elöljáróban

{ A filterek világában nagy kavarodást okozott az IE 5.5 megjelenése. A filterek használatának merőben új szintaxisa bontakozott ki, amelyet természetesen a Microsoftnál melegen ajánlanak. Ezt úgy kell érteni, hogy egy napon majd teljesen megszűnik a visszafelé való kompatibilitás, s fáradságos munkánk és az IE 4 filterezésébe fektetett energiáink semmivé válnak.

Eddig egy filtert így írtunk le a stílusleírásban, mondjuk a **glow** effektet:

```
#kep {width:300px; height:100px; filter: glow(color=blue,
strength=20, enabled=true)}
```

Az IE 5.5-korszak vívmánya a következő leírás:

```
#kep {width:300px; height:100px; filter:
progid:DXImageTransform.Microsoft.Glow(color=blue,
strength=20, enabled=true)}
```

Ezután mindkét leírásra ekként hivatkozunk:

```
<div id="kep"> Ez egy glowozott szöveg </div>
```

Persze úgy tűnhet, az egész csak arra jó, hogy jó sokszor leírjuk: **Microsoft**. Ám az alábbi két kép vizuálisan is megjeleníti, hogy ha ellenállunk, büntibe kerülünk; a **glow** effekt csonkán jelenik meg. A két stílusleírás eredménye IE 6-ban:

Új szintaxissal	Ez egy glowozott szöveg
Régi szintaxissal	Ez egy glowozott szöveg

Tehát nem árt szót fogadni! Természetesen ez módosítja a filterek Javascriptből történő módosítását is. Mondjuk a **glow** színének megváltoztatása ezek után úgy történik, hogy valamilyen eseményhez (itt az **onClick**hez) kötve beindítunk egy módosítást:

```
<a href="#"
onClick="kep.filters['DXImageTransform.Microsoft.Glow'].
color='green'">szinváltó</a>
```

Na jó, ezt csak elkeserítésként írtam, a lényeg most jön.

A light filter

A **light** filterre, vagyis a **fényeffektre** szerencsére nem terjedt ki a Microsoftnál az átalakítási kedv, úgyhogy ennél nem muszáj a hatások eléréséhez az új szintaxist használni, de persze lehet.

Vegyük azt az alapesetet, hogy van egy képünk, és arra rátesszünk egy fényfiltert.

```
<img src="hegy.jpg" width="640" height="427"
border="0" ID="kep" style="filter:light;">
```

Itt az **ID="kep"** kiegészítés ugyebár a kép azonosítására szolgál, hogy tudjunk rá hivatkozni, ha Javascriptül szólalunk meg.

Meglepő módon ennek hatására nagy feketeség jelenik meg (a megjelenítését mindenkinek a képzeletére bízom, 600x800-as felbontást ajánlok), ami azt a fizikai törvényszerűséget világítja meg, hogy nincs fény kiterjedés nélkül. Vagyis a **light** filter csak megágyaz a további módosításoknak!

A **light** effektnek egzakt értelemben valójában csak egy **tulajdonsága** van, az **enabled**, ami lehet **true** vagy **false**. Mondhatni ez a villanykapcsoló. Például a fenti képleírást kiegészíthetjük a következővel:

```
onClick="kep.filters['light'].enabled='false'"
```

Ekkor a képre kattintva kikapcsoltuk a fényt, ami ez esetben paradox módon a sötétség megszüntetését jelenti, de a **light**hoz kapcsolódó összes effektus kikapcsolását is eredményezi. A gyakorlatban valószínűleg többet használjuk a „true" értéket, vagyis menet közben valamely eseményhez kötve bekapcsoljuk a fényeffektet.

A **light**nak vannak **metódusai**, amelyekkel Javascript segítségével tudjuk a fény tulajdonságait befolyásolni. És akkor megint egy kapcsoló jön, ugyanis ha csak az alkalmazott me-

tódusok hatását akarjuk eltüntetni egy eseményhez kötve, vagyis vissza akarunk térni az alapállapothoz, akkor a **clear**() metódust kell használnunk:

```
onClick="kep.filters.light.clear()"
```

Hogy megszűnjön képünk nyomasztó feketesége, egy kis alapfényt kell hozzáadnunk.

Az addAmbient metódus

Alapul szolgáló képleírásunkba most tegyünk be egy másik **onClick**et:

```
<img src="hegy.jpg" width="640" height="427"
border="0" ID="kep" style="filter:light;"
onClick="kep.filters.light.addAmbient(100,100,200,80)">
```

Ha a képre rákattintunk, a halovány eredmény:



Nem tudni, mi ez, de már nem fekete. Az **addAmbient**() után álló rejtélyes számokat a következő értelemmel szeretném felruházni:

Az első három az ún. **RGB**, vagyis **red-green-blue** színkódolás száma. Itt minden színösszetevő 0-tól 255-ig tart, ezt minden grafikai program tudja.

A negyedik szám a fényességet adja meg, értéke 0 és 100 közé eshet.

Ha az RGB-k értéke 255 volna, az erősségé meg 100, akkor a megvilágításhoz fehér fényt használnánk, és az eredeti képet látnánk. Akkor minek az egész?!

Na, most jöhetne valami kis fényfolt!

Az addPoint metódus

Meghagyva a képleírásban az **addAmbient**et, adjuk mellé az **addPoint** metódust:

```
kep.filters.light.addPoint(350, 310, 50,255,255,255,100)
```

Az eredmény:



Figuránk fejfényt kapott, bár még mindig nem lehet tudni, mi ez, talán egy pályaudvari férfivécé enteriőrje?

Az **addPoint**() paraméterei sorban: az első kettő a fényfolt közepének **x** és **y** koordinátája, a harmadik a fényfolt sugara, a következő három szám ismét az **RGB**-színkód három értéke, végül pedig a fényfolt intenzitása.

Itt érdemes azt a trükköt megjegyezni, hogy ha az **addPoint**() metódust kétszer hajtjuk végre, például a fenti sort egymás után kétszer tesszük be a képet módosító **onClick**be, akkor két fényfoltot hozunk létre ugyanott, és az kétszer olyan fényes lesz. De ebből következik az is, hogy a fényfolt eshet máshová, vagyis többet is elhelyezhetünk ugyanazon a képen.

A fénynek adhatunk irányt is!

Az addCone metódus

Ez tulajdonképpen egy fénycsóvát jelent, amely reflektorként világítja meg a kép egy szeletét.

```
kep.filters.light.addcone(0,0,0,330,350,255,255,255,100,15)
```



Most már láthatjuk, hogy ez valamiféle festőember.

Az **addCone** paramétereinek száma minden eddigit felülmúl.

Az első kettő a „fényszóró" koordinátáit adja meg, esetünkben 0 és 0, vagyis a kép bal felső sarka, de értéke lehetne negatív is, ekkor „kintről" világítana be a csóva a képbe. A harmadik szám a fénycsóva hegyének élességét adja meg. Ha növeljük az értéket, legömbölyödik. A negyedik és ötödik azt határozza meg, hogy a fénycsóva középtengelye a kép mely koordinátapontjára mutasson. Ha a kép ellenkező csücskét adjuk meg, a fénycsóva áthasít az egész képen. Ha a közepét, akkor a csóva iránya marad, de a kép közepe után kezd elmaszatolódni. Az ezután következő három szám a fénycsóva színének **RGB**-kódját adja meg színenként. Végül az utolsó előtti érték a csóva fényintenzitását, a legutolsó pedig a csóva nyílásszögét írja le fokokban (0-tól 90-ig).

Ha most elhelyezünk egy újabb fénycsóvát a kép másik felső sarkába, kiderül, hogy hősünk nem egyedül festeget.

```
kep.filters.light.addcone(0,0,0,330,350,255,255,255,100,15);
kep.filters.light.addcone(640,0,0,800,400,255,255,255,90,15)
```



Példánkból úgy tűnhet, mintha a fényeffekt és metódusai csak képre volnának alkalmazhatók. Azt hiszem, beszélhetünk őszintén: ezek az effektek minden tartalmazó elemre használhatók (A, ADDRESS, B, BIG, BLOCKQUOTE, BODY, BUTTON, CENTER, DIV, EM, FORM, FRAME, HN, IFRAME, IMG, INPUT, IL, OL, OBJECT, P, PLAINTEXT, PRE, SMALL, SPAN, STRONG, SUB, SUP, TABLE, TD, TEXTAREA, TH, TT, U, UL stb.).

Természetesen ha azt szeretnénk, hogy az oldal megjelenésekor a fényecskék már ott legyenek a helyükön, az **onClick** helyett használhatjuk az **onLoad** eseményt. Az összes **addAmbient**, **addCone** és **addPoint** leírást belepakoljuk egy függvénybe, amelynek a neve legyen **fenyezo**.

```
<script language=Javascript>
function fenyezo()
{ kep.filters.light.addcone(0,0,0,330,350,255,255,255,100,15);
kep.filters.light.addcone(640,0,0,800,400,255,255,255,90,15)}
</script>
```

Azután a **<Body>**-nk így néz ki:

```
<Body onLoad="fenyezo()"
```

A moveLight metódus

Amit eddig csináltunk, az semmi. A fények ugyanis mozgathatók, erre szolgál a **moveLight** metódus, amely programozhatóvá teszi a fénycsóva, illetve fényfolt mozgatását.

Ha mozdítani akarjuk a fényfoltot, alapesetben a következő szabály szerint tehetjük meg:

```
onClick="kep.filters.light.moveLight(light-sorszám,x, y, z,
abszolút v. relatív)
```

A paraméterek értelme:

– A **light-sorszám** a képre helyezett fények sorszáma, mert lehet több is. Ha egy light van, akkor az érték 0.

– Az **x** és **y** annak a pontnak a koordinátája, ahová a foltot vagy csóvát át akarjuk helyezni.

– A **z** a fénycsóva vagy fényfolt átmérője

– Az **abszolút** vagy **relatív** azt határozza meg, hogy az (**x:y**)-t abszolút vagy relatív koordinátaként kell-e értelmezni. Abszolút esetén **true**-t vagy **1**-et írunk, relatív léptetéskor **false**-t vagy **0**-t. Ugyanis írhatunk olyan programot, amelyben akárhol is legyen a fényfolt, ahhoz ***képest*** akarjuk valamennyivel elmozdítani, ha meg például az egér pozícióját kérdezzük le, akkor az ablak keretéhez képest abszolút értékeket kapunk.

Rendkívül érdekes hatást érhetünk el, ha készítünk egy táblázatot, amely teljesen kitölti dokumentumunkat, majd belerakunk szöveget, képeket, és ráteszünk egy fényfoltot, amely a kurzorral együtt mozog. Ez olyan hatást kelt, mintha a látogató zseblámpával nézné végig oldalunkat.

Az embernek az az érzése, ha ezt ...
mintha titkosügynökként
zseblámpával egy titkos
iratot tanulmányozna.

A táblázat nyitó tagje így néz ki:

```
<Table bgcolor=#ffffff width="100%" border="0" style =
"filter: light()" ID="oldal" onMousemove= "zseblampa()">
```

A **zseblampa**() függvény fogja mozgatni a fényfoltot, először azonban jöjjön a fényfolt:

```
<Script Language = "JavaScript">
function feny( )
{oldal.filters.light.addPoint(150,150,125,255,255,255,100); }
</Script>
```

Hogy a lap betöltődésekor a fényfolt meg is jelenjen:

```
<Body onLoad="feny()">
```

És most jöhet a program, remélem, nem okoz csalódást, ha túl egyszerű:

```
<Script Language = "JavaScript">
function zseblampa()
{eX = event.offsetX;
eY = event.offsetY;
oldal.filters.light.moveLight(0,eX,eY,185,true); }
</Script>
```

A két **event**tel lekérdezzük az egér abszolút pozícióját a képernyőn, és a fényfoltot oda mozdítjuk, ahol az egér van. Ennyi!

Ha ugyanezt az **addCone** metódus segítségével létrehozott fénysugárral tesszük, akkor az egeret egy fénycsóva követi mindenhová.

A changeColor metódus

Ha bármelyik fény (**ambient**, **point** vagy **cone**) színét akarjuk menet közben megváltoztatni, akkor ezt a metódust alkalmazzuk. Használata a következő:

```
onClick="kep.filters.light.changeColor(0,100,100,0,true)"
```

Itt az első szám az alkalmazott **light** filter sorszáma, a következő három az új szín **RGB**-kódjának értéke. Az utolsó megint azt adja meg, hogy **abszolút** vagy **relatív** értelemben módosítunk-e a színen: ha **true**-t állítunk be, akkor a megadott RGB-jű lesz a fény új színe, de ha **false**-t, akkor a három szám hozzáadódik az eredeti szín megfelelő színértékeihez. Ez lehetőséget ad arra, hogy programciklusból fokozatosan alakítsuk át a színt.

A changeStrength metódus

Ez a metódus a fény intenzitását hivatott átállítani a következő szabály szerint:

```
onClick="kep.filters.light.changeStrength(0,100,true)"
```

Itt az első szám ismét az alkalmazott **light** filter sorszáma, a második az új fényerő, a harmadik pedig azt mondja meg, hogy az új érték abszolút értékben legyen-e az új fényintenzitás mértéke, vagy csupán a már meglévőhöz adódjon hozzá. }

AJÁNDÉKKUPON

Ezt a kupont az Internet Kalauz kiadója értékes ajándékokra váltja a 2003. november 27-étől 29-éig tartó InfoTrend rendezvényen, a kőbányai vásárvárosban, a Prím-Adverticum standján. A beváltásra csak a jelzett helyszínen nyílik mód, a kiállítás nyitvatartási idejében. A kupontulajdonosnak számolnia kell azzal is, hogy a korábban érkezők feltehetően folyamatosan csökkentik a választékot.

Az induló ajándékkészletben több száz sísapka, több száz márkás napszemüveg, könyvek, CD-k és egyéb hasznos, kedves tárgyak találhatók, általában darabonként néhány ezer forintos értéket képviselve.

Az ajándék átvételének egyetlen feltétele, hogy ezt az oldalt a magazinból kivágva olvasóink kitöltsék, és a standon leadják:

Név: ....

Lakcím: ....

E-mail cím (ha van): ....

Születési év: ....

Választott ajándék *(ez a helyszínen töltendő ki, a lehetőségek függvényében)*: ....

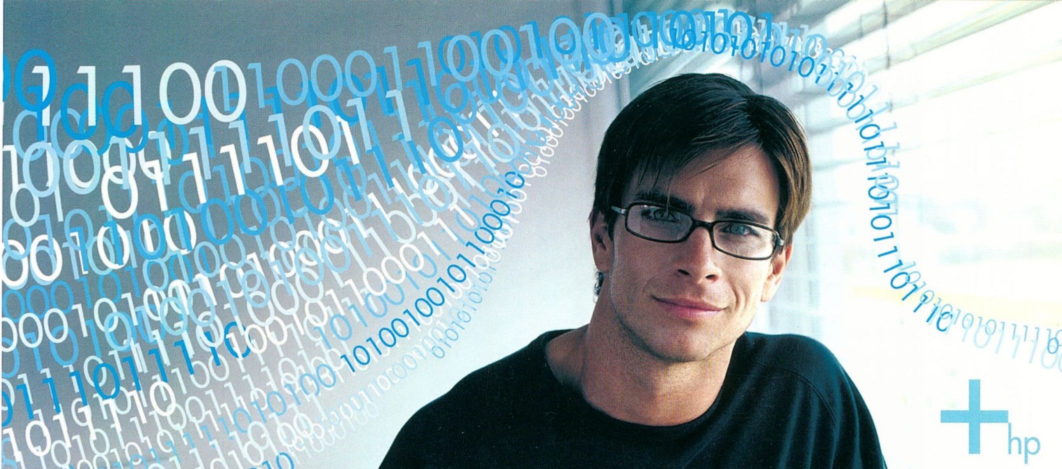
Hogyan jutott hozzá ehhez a lapszámhoz? (Ikszelje be a megfelelőt!)
újságárusnál ❑ előfizetőként ❑ az InfoTrenden ❑ cégnél ❑ másképp ❑ (......................................)

Rendszeresen olvassa a lapot?
nem ❑ néha belelapozok ❑ sokszor olvasom ❑ minden számot elolvasok ❑

Szokott internetezni? (Többet is beikszelhet!)
nem ❑ ritkán ❑ többször egy héten ❑ mindennap ❑ naponta többször ❑ otthon ❑ iskolában ❑ munkahelyen ❑ ismerősnél ❑ közösségi netpontban ❑

Személyes üzenete a szerkesztőknek (miből kéne több vagy kevesebb, mi jó, mi rossz?):
....
....
....
....

Az ajándékot átvettem: ....
Aláírás

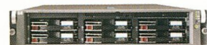


Végtelen az IT kihívások áradata? Nézzen szembe velük!

Ha szeretne magabiztosan megküzdeni az útjába kerülő akadályokkal, akkor válassza a kétutas Intel® Xeon™ processzorral működő HP ProLiant ML370 és DL380 szervert. A ProLiant ML370 és DL380 G3 kategóriájukban a világ legnagyobb számban eladott szerverei, amelyeket az IT részlegek szakemberei világszerte a legjobb választásnak tartanak. Menedzselhetőség és maximális számítási teljesítmény kombinációja, amin túl a flexibilis belső bővíthetőség igényeinek alárendelt ML370 és a sűrűség-optimalizált ProLiant DL380 mellé ProLiant Essential Deployment Pack is jár, így könnyen és gyorsan kapcsolhat össze szervereket napok helyett néhány perc alatt. Összekapcsolhatóságuk a HP StorageWorks Modular SAN Array 1000 háttértár rendszerrel abban is segít, hogy előrébb lépjen a SAN környezetben szükséges hálózati tárolás területén. Azonnali kapacitásnöveléshez és megbízható SAN kapcsolat kialakításához egyszerűen helyezze át a ProLiant szerverekben található merevlemezeit az MSA 1000-be, és így percek alatt létrejöhet a biztonságos adatforgalom. Tehát ha véget nem érőek az IT követelmények, követeljen Ön is többet.

HP ProLiant szerverek vásárlása esetén régi szervereit most akár 120 000 forint* értékben beszámítjuk a vételárba!





HP STORAGEWORKS MSA1000
(201723-B21)

1 499 900 Ft + áfa**

Kedvező ár/érték arányú, skálázható, nagy teljesítményű háttértár rendszer 2 Gb-es Fibre Channel kapcsolatokkal

Most 7 db 36,4 GB ULTRA 320 SCSI diszket kap ingyen

DtS (DAS to SAN) architektúra

Max. 6 TB diszk kapacitás

Magas szintű hibatűrés, HP RAID Advanced Data Guarding (ADG) technológia

HP PROLIANT ML370 T03
X3,06/533 1M EURO (333701-421)

624 700 Ft + áfa**

Flexibilis, belső bővíthetőségre optimalizált kialakítás

1x **Intel® Xeon™ processzor 3,06 GHz**, 1MB Level 2 cache (max. 2 processor), 533 MHz FSB

1 GB DDR memória (max. 12 GB)

iLO (Integrated Lights-Out) távfelügyeleti megoldás

Üzem közben cserélhető (hot-plug), redundáns komponensek

HP PROLIANT DL380 R03
X3,06/533 1M EURO (333704-421)

669 900 Ft + áfa**

Rack optimalizált kialakítás

1x **Intel® Xeon™ processzor 3,06 GHz**, 1MB Level 2 cache (max. 2 processor), 533 MHz FSB

1 GB DDR memória (max. 12 GB)

iLO (Integrated Lights-Out) távfelügyeleti megoldás

Üzem közben cserélhető (hot-plug), redundáns komponensek



*A kedvezmény mértéke kétutas szerver esetén 60 000, négyutas szerver esetén 120 000 forint.
**Ajánlott végfelhasználói ár
Az árak csak tájékoztató jellegűek, aktuális árakat a www.hp.hu/hpshop weboldalon talál.



Az akcióról érdeklődjön hivatalos partnereinknél, valamint további információt a www.hp.hu/akciok weboldalon találhat, vagy hívja a 06 80 222 333 telefonszámot